

„Unsere kleine Schwester ist da!“
Eine kontrastive Textsortenanalyse deutscher und finnischer
Geburtsanzeigen

Katariina Holappa
Universität Tampere
Fachbereich Sprach-, Translations- und Literaturwissenschaften
Deutsche Sprache und Kultur
Pro gradu -Arbeit
Mai 2015

Tampereen yliopisto
Saksan kieli ja kulttuuri
Kieli- ja käännöstieteiden laitos

HOLAPPA, KATARIINA: „Unsere kleine Schwester ist da!“ Eine kontrastive
Textsortenanalyse deutscher und finnischer Geburtsanzeigen

Pro gradu -tutkielma, 72 sivua
Toukokuu 2015

Tässä pro gradu -tutkielmassa tarkastellaan saksan- ja suomenkielisten syntymäilmoitusten rakenteiden eroja ja yhtäläisyyksiä sekä miten kulttuuri vaikuttaa tekstilajimallin muotoutumiseen. Tutkielma pohjautuu kontrastiiviseen tekstilingvistiikkaan. Työn teoreettisessa osiossa käsitellään aluksi tekstilingvistiikan peruskäsitteistöä (teksti, tekstilaji, tekstilajimalli) ja kontrastiivisen analyysin lähtökohtia. Paralleelinen tutkimusaineisto koostuu 200 syntymäilmoituksesta, jotka on julkaistu elo-marraskuun 2014 aikana. Puolet aineistoista on julkaistu saksalaisessa *Nordwest-Zeitung*-lehdessä ja ne ovat nähtävillä lehden vauvaportaalissa Internet-sivuilla. Aineiston toinen puoli on *Helsingin Sanomista*.

Saksalaiset syntymäilmoitukset kuuluvat selkeästi puhtaaseen tekstilajiryhmään ”Syntymäilmoituksiin”, koska niissä ilmoitetaan lähes aina vain lapsen syntymästä. Vastaavasti suomalaisissa syntymäilmoituksissa voidaan havaita tekstilajien sekoittumista, sillä monessa ilmoituksessa nimenanto tai kastejuhla ovat merkittävässä roolissa. Suomessa lapsen nimi julkistetaan usein vasta kyseisessä juhlassa. Kuitenkaan suomalaiset syntymäilmoitukset eivät ole pelkästään kaste- tai nimenantoilmoituksia, koska jokaisessa ilmoituksessa ilmoitetaan myös lapsen syntymäaika. Tyypillistä saksalaisille syntymäilmoituksille on, että lapsi nimetään ilmoituksessa vain hänen omalla nimellään ja näin ollen korostetaan lapsen yksilöllisyyttä. Suomalaiset ilmoitukset ovat puolestaan perinteisemmin muotoiltuja ja niissä esiintyy melko usein ilmaisu ”rakas tyttäremme/poikamme syntyi” sekä sukulaisuussuhteet.

Yleensä syntymäilmoitukset sisältävät paljon enemmän tietoa kuin mitä ensi sijassa on havaittavissa: ne kertovat epäsuorasti vanhempien taloudellisesta, sosiaalisesta ja henkisestä pääomasta. Syntymäilmoitusten kuvat ja tekstit ovat myös yhteydessä toisiinsa: kuvat herättävät lukijan kiinnostuksen ja niillä on myös emotioita herättävä tehtävä. Samalla kuvat paljastavat perheen yksityisyyttä julkisuuteen.

Avainsanat: syntymäilmoitus, tekstilaji, tekstilingvistiikka, kontrastiivinen analyysi

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Textlinguistische Grundbegriffe.....	3
2.1	Was sind ein Text, eine Textsorte und ein Textmuster?.....	4
2.2	Textsortenkonventionen.....	9
2.3	Kulturspezifik von Textsorten.....	10
2.4	Anzeige als Textsorte.....	13
2.5	Die Makrostruktur und ihre Ebene	15
3	Ausgangspunkte der kontrastiven Analyse	17
3.1	Das unilaterale und bilaterale Verfahren.....	19
3.2	Tertium comparationis	20
3.3	Kontrastive Textsortenanalyse	22
3.4	Äquivalenz beim interlingualen Vergleich	24
4	Analyse der deutschen und finnischen Geburtsanzeigen.....	25
4.1	Darstellung der Korpora.....	25
4.2	Die Nordwest-Zeitung.....	26
4.3	Helsingin Sanomat (Helsinki Nachrichten).....	27
4.4	Zur Definition der Geburtsanzeige	27
4.5	Einleitungsteil.....	29
4.6	Ankündigungsteil.....	31
4.7	Mitteilungsteil.....	34
4.8	Informierung des Geburtsdatums	40
4.9	Bild.....	41
4.10	Informationsteil.....	47
4.11	Gedichtteil.....	49
4.12	Danksagung	52
4.13	Inserententeil.....	54
4.14	Angabe der Adresse oder des Ortes	57
4.15	Spezifizierungsteil.....	57
5	Ergebnisse	58
6	Zum Schluss	64
7	Literaturverzeichnis	66

1 Einleitung

Die Aufgabe der kontrastiven Sprachanalyse ist ausführliches Wissen über die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Sprachen zu produzieren (Järventausta 2013: 96, 125). In dieser Arbeit werde ich darstellen, wie die finnischen Geburtsanzeigen sich von den deutschen unterscheiden. Bisher hat es größere Untersuchungen zum Beispiel von deutschen Geburtsanzeigen gegeben, die diachrone Textsortenanalysen sind (s. Stutzer 2007; Linke 2009).

Ich habe dieses Thema wegen meines persönlichen Interesses gewählt, weil ich die Geburtsanzeigen gerne lese und mich oft über die Informationen in den Anzeigen wundere, zum Beispiel über die Mitteilung der Taufe, der Paten und des Pastors und die Formulierung der Dankeswörter (Vielen Dank allen, die an unsere Familie gedacht haben! Kiitos kaikille perhettämme muistaneille!) in den finnischen Anzeigen. Auch der feste Ausdruck „wurde auf den Namen X getauft“ (sai kasteessa nimen X) hat mein Interesse geweckt: Wie wird in Deutschland in der Zeitung über die Geburt informiert? Eigentlich sind die finnischen Geburtsanzeigen auch keine reinen Taufanzeigen, weil in den Anzeigen auch über das Geburtsdatum informiert wird und das Baby im Bild nicht immer ein Taufkleid trägt. Neben meinen persönlichen Interessen versuche ich auf die Frage zu antworten, wie man in beiden Kulturen mit der Geburt umgeht, um einen Überblick über die kulturellen Unterschiede zu geben. Die Untersuchungsfrage in dieser Arbeit lautet: Wie wird in Deutschland und in Finnland die Geburt eines Kindes angezeigt?

Durch die kontrastive Textsortenanalyse kann man die charakteristischen sprachlichen Muster einer Textsorte und Kulturunterschiede entdecken (Spillner 2002: 39). Nach Spillner (2002: 39) legt die kontrastive Textsortenanalyse Wert auf die deskriptive und theoretische Sprachforschung, aber gleichzeitig spielt sie eine wichtige Rolle sowohl für den Fremdsprachenunterricht als auch für die Übersetzer. Aus dieser Sicht kann diese Arbeit als eine Anweisung für Sprachlehrer dienen, in der berichtet wird, wie die Geburtsanzeigen in Deutschland und in Finnland gestaltet werden.

Die vorliegende Arbeit besteht aus zwei Teilen: aus dem theoretischen und empirischen. Erstens (Kap. 2) erläutere ich die wichtigsten textlinguistischen Grundbegriffe, wie

Text, *Textmuster*, *Textsorte* und *Textsortenkonventionen*. Demnach betrachte ich die *Kulturspezifität von Textsorten*, inwiefern eine Textsorte kulturspezifisch ist und was man unter *Kultur* versteht. In Kapitel 3 werden die Ausgangspunkte der kontrastiven Analyse erläutert, da der kontrastive Textsortenvergleich als Methode in dieser Arbeit verwendet wird.

Nach den theoriebezogenen Kapiteln erfolgt die empirische Forschung, in der eine kontrastive Analyse von 100 deutschen und 100 finnischen Geburtsanzeigen durchgeführt wird. In der Analyse werden zuerst die Definition der Geburtsanzeige erweitert und die in den Korpora auftauchenden Anzeigenformen dargestellt. Danach werden die makrostrukturellen Ebenen der Geburtsanzeigen vorgelegt. Zum Schluss folgen die Feststellung der Ergebnisse und eine kurze Zusammenfassung der Arbeit.

2 Textlinguistische Grundbegriffe

Im Folgenden werden die textlinguistischen Grundlagen vorgestellt. Erstens wird die Textsortenlehre dargestellt, die ein Teilbereich der Textlinguistik ist. Danach werden die Grundbegriffe *Text*, *Textmuster* und *Textsorte* dargelegt. Anschließend werden die Textsortenkonventionen dargestellt. Zum Schluss wird erörtert, welche Bedeutung die Textsorten in einer Kultur haben und ob eine Anzeige als Textsorte angesehen werden kann.

Brinker (1997: 131) unterscheidet zwei Hauptrichtungen der linguistischen Textsortenlehre: der sprachsystematisch ausgerichtete und der kommunikationsorientierte Forschungsansatz. In der sprachsystematischen Textsortenlehre werden die textinternen Aspekte des Textes erforscht und auf Grund der sprachlichen Merkmale wird nach einer Identifizierung und einer Beschreibung von Textsorten gestrebt. Im Gegensatz dazu untersucht der kommunikationsorientierte Forschungsansatz textexterne Merkmale und versucht von situativen und kommunikativ-funktionalen Standpunkt aus eine Textsorte zu klassifizieren. (Brinker 1997: 131, vgl. Piitulainen 1993: 144.) Die textinternen Kriterien der Textsorten sind sowohl an die Textoberfläche als auch an die Texttiefenstruktur gebunden. Im Gegensatz dazu gehören die an den Kommunikationszusammenhang gebundenen Merkmale zu den textexternen Kriterien, an die sich die kommunikationsorientierte Textsortenlehre lehnt. Als Beispiele könnte man die Satzlinguistik und die pragmatisch orientierte Textlinguistik nennen: Die Satzlinguistik beschäftigt sich mit den formalen Aspekten in der Textsortenforschung und der zweite Forschungsansatz betrachtet eher die Textfunktion und die Kommunikationssituation von Texten. (Linke, Nussbaumer & Portmann 1996: 250–251.) Das folgende Muster (Abbildung 1) verdeutlicht die Klassifikationskriterien von Textsorten (Linke et al. 1996: 251):

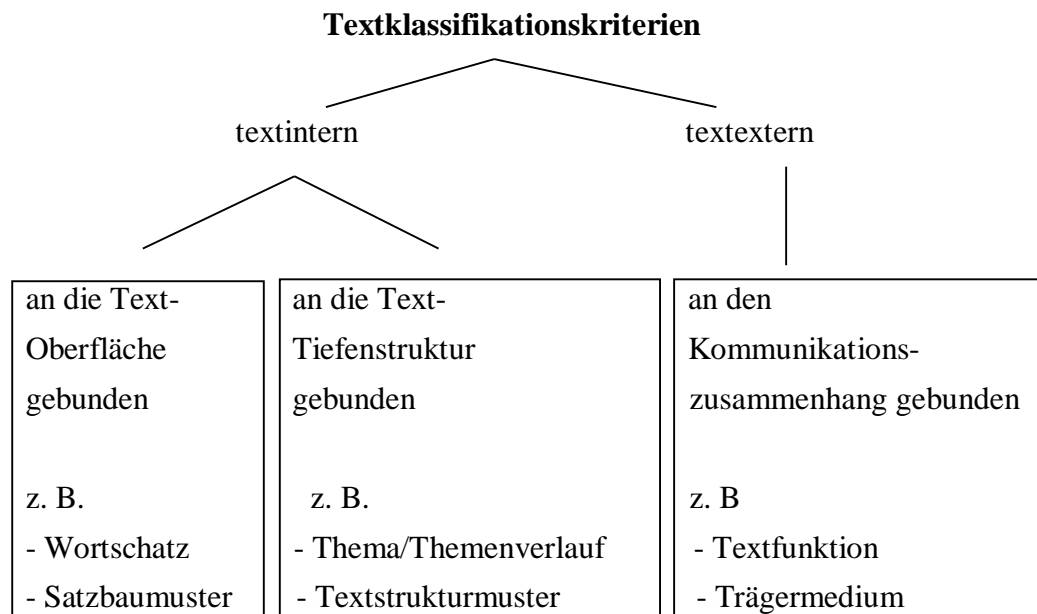


Abbildung 1. Textklassifikationskriterien (nach Linke et al. 1996, 251.)

Laut Piitulainen (1993: 144) können diese zwei Forschungsansätze als komplementär betrachtet werden, denn bei der Identifizierung/Abgrenzung oder Beschreibung von Textsorten sollen sowohl die situativ-kommunikativen Aspekte zur Abgrenzung als auch die sprachlichen Merkmale zur Beschreibung beachtet werden. Im nächsten Kapitel werden die Definitionen des Textes und der Textsorte erläutert und ihre Bedeutungen in der Textlinguistik erörtert.

2.1 Was sind ein Text, eine Textsorte und ein Textmuster?

Für die meisten Sprachbenutzer ist es nicht schwierig, den Begriff *Text* zu definieren, weil sie den Text als sprachliche Einheit verstehen, der einen Sinn hat. Aber in der Textforschung wird versucht, eine Antwort auf die Frage zu suchen, wie ein Text zusammengesetzt und geflochten wird. (Sorvali 2004: 34.) Auch Fix (2011: 65) führt aus, dass die in der Textlinguistik auftretenden Hauptfragen sind: Was ist das Wesen des Phänomens ‚Text‘ und wie wird ein Text sinnvoll klassifiziert, gruppiert und strukturiert? Wie ein Text definiert wird, ändert sich je nach den wissenschaftlichen Gesichtspunkten, ob man den Text aus Sicht der Textgrammatiker, -semantiker, -pragmatiker oder -kognitivisten betrachtet. Allen unterschiedlichen Textbegriffen ist

gemeinsam, dass der Text als Einheit verstanden wird, aber sie halten unterschiedliche Mittel für einheitenbildend. (Sorvali 2004: 34–37.) Adamzik (2004: 39) ist zu dem Ergebnis gekommen, dass eine kurzgefasste Definition des Textes nur Teilaspekte enthalten kann und die Vielzahl von Definitionen sich wesentlich daraus ergibt, dass man sich jeweils auf unterschiedliche Kombinationen von Teilaspekten konzentriert. Die vorliegende Arbeit lehnt sich an die Textdefinition von Linke et al. (1996: 245) an: Als Text wird eine sprachliche Einheit gesehen, die strukturiert, konzeptuell zusammenhängend und thematisch ist. Dazu ist der Text eine sprachliche Handlung, die einen kommunikativen Sinn hat, den der Sprecher erkennt. Also der Text wird nicht nur als eine sprachliche Einheit betrachtet, die nur aus Form und Inhalt besteht, sondern deren kommunikative Funktionen auch behandelt werden.

Intuitiv ist es möglich, Texte spontan zu kategorisieren und einer bestimmten Gruppe gleichartiger Texte zuzuordnen. Die Gruppen ähnlicher Texte werden als Textsorten bezeichnet. (Linke et al. 1996: 248.) Die Textsorten werden als Kommunikationsschemata, Regeln des Sprachgebrauchs, Sprachverwendungs- und Textgestaltungsmuster beziehungsweise als überindividuelle Sprech- oder Schreibakttypen verstanden, die aus wiederkehrenden Kommunikationshandlungen und Kommunikationssituationen verallgemeinert worden sind. (Piitulainen 1993: 143–144, vgl. Reiß & Vermeer 1984: 178.)

Eine Textsorte wird also als eine Klasse von Texten angesehen, die mit bestimmten sprachlichen Mustern korrelieren, wodurch man ein Textmuster erkennt (Fix 2011: 71; Linke 2001: 202). Oft werden die Textsorte und Textmuster identisch gesehen, aber u. a. Fix (2011) und Linke (2001) unterscheiden diese zwei Begriffe voneinander. Unter Textmuster wird Folgendes verstanden: „Es informiert über die jeweiligen inhaltlichen, formalen und funktionalen Gebrauchsbedingungen für Texte dieser Textsorte.“ (Fix 2011: 71, vgl. Sandig o. J.) Innerhalb der Textmuster gibt es sowohl normative prototypische Elemente, die als überindividuelle Handlungsorientierung verstanden werden, als auch nichtnormative Elemente, die für Freiräume gehalten werden, die individuell zu füllen sind. (Fix 2011: 71.) Wenn ich jetzt die von Fix dargestellten Elemente im Rahmen einer Geburtsanzeige näher betrachte, kann ich erwarten, dass in

den Geburtsanzeigen immer die folgenden obligatorischen inhaltlichen Funktionen erfüllt werden: Wer wurde geboren und wann? Neben diesen normativen Elementen tauchen auch die nichtnormativen, die Freiräume, auf. Auf welche Art und Weise wird über die Geburt berichtet, wie drücken sich die individuellen Ausprägungen z. B. in der Wortwahl aus? Fix (2011: 71) stellt die These auf, dass die Textsorten den quantitativen Aspekt einer Textgruppe und die Textmuster den qualitativen Aspekt einer Textgruppe erfassen.

Es ist zwar möglich, Musterhaftes im Bereich der Formulierungen zu suchen, aber es gibt auch die Möglichkeit, dass man es im funktionalen und thematischen Bereich beachtet, wie folgt:

- das Textthema: (die Textreferenz und -prädikation, die den Text bestimmen): Die Textsorte Geburtsanzeige behandelt die Tatsache der Geburt eines Kindes
- die Textfunktion: (Sprachhandlung, die den Text dominiert): „INFORMIEREN über die Geburt eines Kindes“
- die „stilistisch-formulativen Grundelemente“ (die formalen Elemente, die für eine Textsorte typisch sind“. (Fix 2011: 68).

In den meisten Fällen ist die dominierende Textfunktion der Geburtsanzeigen die Mitteilung, aber die Inserenten können auch andere implizite Intentionen haben, wie Danksagung oder implizite Aufforderung, um Gratulationen und Geschenke zu bekommen (Frese 1987). Fix (2011, 68) betont, dass jeder Mensch, der sich in einer Kultur wie zu Hause fühlt, leicht die Textsorten wie Geburtsanzeige aus den prototypischen Elementen der Beispiele erkennen kann. (S. Abb. 2.)



Abbildung 2. Prototypische deutsche und finnische Geburtsanzeigen¹

Sandig (1987) weist darauf hin, dass wenn man die unterschiedlichen Textmuster mit Hilfe der Textfunktion, des Textthemas und der „stilistisch-formulativen“ Mittel beschreibt, dadurch auch die Textmuster voneinander abgegrenzt werden können. Fix (2011: 69) fügt hinzu, dass es daher die Möglichkeit gibt, die Textmuster mischungen zu entdecken. Wenn es sich um einen Text mit Textmuster Mischung handelt, bedeutet das, dass der Text sich auf mehrere Textmuster bezieht, da z. B. das Textthema zu einer anderen Textsorte gehören kann als die dominierende Textfunktion (Fix 2011: 77). In dem folgenden Beispiel (Abb. 3) tritt eine Textmuster Mischung auf, da die Geburtsanzeige intertextuelle² Bezüge enthält: Die Geburtsanzeige wird im Muster eines Steckbriefs dargestellt. Es wird absichtlich vom bekannten Prototyp einer Geburtsanzeige abgewichen: Das Neugeborene wird als ein unbewaffneter Ausbrecher beschrieben, der ohnehin nicht die wirklichen Charaktere eines Ausbrechers erfüllt („gemeine Schreie beim Ausbruch“, „einfach zum Knuddeln“, das Bild und die Größe des Ausbrechers). Wer den Beispieltext (Abbildung 3) für ein prototypisches

¹ Die kleine Schwester von Siiri wurde am 5.8.2014 geboren und wurde auf den Namen Helmi Helena getauft. Danke für die Paten, die Großeltern und alle, die uns bedacht haben. Glückliche Eltern Johanna & Hannu.

² Intertextualität bedeutet „(engerer oder weiterer) Bezug von Texten aufeinander“ (Duden 2013, s. v. Intertextualität).

Textexemplar hält, folgt einer induktiv-empirischen Vorgehensweise, denn durch Spracherfahrung weiß man, was eigentlich prototypisch für eine Textsorte ist. (Vgl. Fix 2011: 69.) Wenn man sich von der Menge der Geburtsanzeigen in der Zeitung unterscheiden will, setzt das die Verwendung der intertextuellen Mittel bei der Gestaltung der Anzeige voraus (vgl. Fix 2011: 35).



(NWZ, 1.11.2014.)

Abbildung 3. Eine Geburtsanzeige im Muster eines Steckbriefs

Zusammenfassend kann man feststellen, dass die Textmuster als Handlungsanweisungen wirken und dass sie prototypisches Wissen über die Textsorten vermitteln. Die Textmuster können nach drei Aspekten analysiert werden, nämlich nach der dominierenden:

- Referenz (Auf welche alltägliche Situation wird normalerweise hingewiesen?)
- Intention (Zu welchem Zweck wird auf diese alltägliche Situation normalerweise zurückgegriffen?)
- Formulierungsweise (Welche sprachlichen Formulierungen/Mittel werden normalerweise verwendet?). (Fix 2011: 85–86.)

2.2 Textsortenkonventionen

Nach Reiß und Vermeer (1984: 183) sind Textsortenkonventionen „charakteristische Sprach- und Gestaltungsmuster von Texten“, die sich als Merkmale von Textsorten ergeben. Daneben haben sie sich „durch ihre Rekurrenz zu sprachlichen Verhaltensregularitäten in bestimmten Kommunikationssituationen“ befestigt. (Vgl. Ylönen 2001: 11; Piitulainen 1993: 147–148.) Eigentlich können die Textsortenkonventionen erst dann als sprachliche Regelmäßigkeit betrachtet werden, wenn die folgenden zwei Kriterien erfüllt werden: Erstens soll das sprachliche Merkmal charakteristisch für Texte der Textsorte sein und zweitens soll das entsprechende sprachliche Mittel vorherrschend sein (Engberg 1997: 45). Laut Piitulainen (1993: 147–148) werden als Textsortenkonventionen die sprachlichen und nicht-sprachlichen typischen Merkmale einer Textsorte genannt. Diese Merkmale lernt der Sprecher einer bestimmten Sprachgemeinschaft im Laufe des Sozialisationsprozess als Teil seiner kommunikativen Kompetenz zu beherrschen und sie ergeben sich aus dem kommunikativen Ziel und der Textkonstellation. Die Konventionen sind einzelsprachlich und kulturgebunden und sie betreffen Teile der Kommunikation. Außerdem erstrecken die Konventionen sich auf alle Textebenen, nämlich:

- in der Lexik (z. B. Euphemismen „sterben“ → „entschlafen“)
- in der Grammatik (z. B. „wir“ statt „ich“ in wissenschaftlichen Texten)
- in der Phraseologie (z. B. der Anfang eines Märchens „es war einmal“)
- im Textaufbau (z. B. Kapiteleinteilung der Romane)
- im Textformmustern (z. B. Reimstruktur in Gedichten)
- in der Interpunktion (z. B. nach der Anrede im Brief). (Reiss & Vermeer 1983: 184–185.)

Die Textsortenkonventionen treten also auf allen Ebenen eines Textes von der Orthographie (die Verwendung von Interpunktionen) bis zur Gesamtstruktur und textuellen Charaktere eines Textes auf. Als Textsortenkonventionen werden die charakteristischen sprachlichen und nicht-sprachlichen Merkmale einer Textsorte

bezeichnet. Als nicht-sprachliche Merkmale werden in der kontrastiven Analyse zum Beispiel die Größe und Form der Anzeige und der Gebrauch der nicht-sprachlichen Symbole wie ein Bild verwendet. Die Textsortenkonventionen sind eher ungeschriebene Regeln als feste Normen und lassen sozusagen Spielraum für den Verfasser. (Mauranen & Piitulainen 2012: 274.) Mauranen und Piitulainen (2012: 282) weisen auch darauf hin, dass bestimmt nicht alle Unterschiede der Textsortenkonventionen kulturell sind, sondern dass sie auch die Folge von strukturellen Unterschieden verschiedener Sprachen sein können (z. B. die Verwendung von Passiv).

Reiß und Vermeer listen drei Funktionen von Textsortenkonvention auf. Erstens wirken sie als „Erkennungssignale“: Falls ein Text z. B. mit den Wörtern „Und wenn sie nicht gestorben sind, so leben sie noch heute“ endet, erkennt der Leser, dass es sich um ein Märchen handelt. Wenn der Leser die Textsorte erkannt hat, erwartet er, dass es bestimmte Stileigenschaften in dem Text gibt, wie sachlichen Stil in Fachtexten oder genaue Angabe der Zutaten in einem Kochrezept. Diese Funktion wird „Auslöser von Erwartungshaltungen“ genannt. Die Erwartungen sind für den Leser wichtig, damit der Leser den ganzen Text oder die einzelnen Textteile versteht. Denn wenn es Abweichungen von erwartbaren Konventionen gibt, kann der Leser den Text anders (aber auch falsch) interpretieren als es das ursprüngliche Ziel des Textes war. So werden die Textsortenkonventionen auch als „Steuerungssignale für das Textverstehen“ angesehen. Die Erwartungshaltung steuert und beeinflusst das Textverstehen. (Reiß & Vermeer 1984: 189–190.)

2.3 Kulturspezifik von Textsorten

Piitulainen (1993: 179) hebt hervor, dass sich eine kontrastive Textsortenforschung nicht nur auf die sprachliche Ebene beziehen kann, sondern dass auch die kulturellen Faktoren beachtet werden sollen. Deswegen finde ich es wichtig, die kulturelle Dimension in dieser Arbeit hervorzuheben. Die Veröffentlichung der Geburtsanzeigen in den Zeitungen ist ein multikulturelles Phänomen, weil sie in mehreren Ländern publiziert werden. Ein deutliches Beispiel für die multikulturellen Textsorten sind die

wissenschaftlichen Texte, die international sind und deren Konventionen sowohl in den internationalen als auch in den lokalen Wissenschaftsgemeinden geregelt werden (Mauranen & Piitulainen 2012: 280). Beachtenswert ist, dass obwohl es multikulturelle Textsorten gibt, sie kulturspezifisch unterschiedlich ausgeprägt werden (Fix o. J.).

Fix (o. J.) betont, dass jede Textsorte oder Gattung ihre Berechtigung in einer Gesellschaft hat und ohne gesellschaftlichen Bedarf nicht entstanden wäre. Weil die Kultur- und Kommunikationsgemeinschaften mit ihren Textsorten über Handlungsmuster bestimmen, können die Textsorten als kulturelle Phänomene betrachtet werden. Als Handlungsmuster werden die Routinen, Verfahren und Formen verstanden, die eine Gesellschaft zur Lösung von Aufgaben geschaffen hat. (Fix o. J.; s. Fix 2011: 111.) Auch Pietikäinen und Mäntynen (2009: 90) heben hervor, dass eine Textsorte eine soziale Handlung repräsentiert, weil sie immer von einer Gesellschaft mit ihren Handlungsmustern geschaffen worden ist. Wenn man sich mit den Textsorten theoretisch (oder auch praktisch) beschäftigt, wird das Wissen über den kulturellen Status von Textsorten vorausgesetzt. (Fix o. J.; s. Fix 2011: 111, vgl. Pietikäinen & Mäntynen 2009: 90.) Fix (o. J.) stellt drei Situationen dar, in denen die Textsorten die menschliche Handlung steuern. Derartige Situationen sind z. B. das Ausdrücken der Gefühle (z. B. die schriftliche Beileidsbezeugung mit einer Kondolenz), die Bewältigung der Alltagsprobleme (z. B. die Montierung der Möbelstücke mithilfe der Montageanleitung) und die Darstellung der wissenschaftlichen Erkenntnisse (z. B. die Abfassung eines wissenschaftlichen Textes). Schon die Art und Weise, wie die Textsorten in einer Kultur genannt werden, ist bezeichnend, weil die Namen ziemlich direkt die soziale Handlung benennen, wie z. B. eine „Literaturkritik“ oder eine „Dankesrede“ (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 89–90). Brinker (1997: 129) hat die Bedeutung der Textsortennamen genauer betrachtet: Wenn man als Beispiel das Wort „Heiratsurkunde“ hat, berichtet das Bestimmungswort „Heirat“ über ein bestimmtes Thema (Heirat) und das Grundwort „Urkunde“ benennt die Funktion des Textes (z. B. Urkunde). Die Textsorten können als Zusammenschluss der sprachlichen und sozialen Handlung bezeichnet werden, die einigermaßen eingebürgert und den Mitgliedern einer Gemeinschaft erkennbar sind (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 91).

Aber was versteht man eigentlich unter dem Begriff „Kultur“, wie kann man ihn definieren? Wie der Text keine einheitliche und einzigartige Definition erhält, so gibt es auch keine einmütig akzeptierte Kulturdefinition. Durch eine metatheoretische Betrachtung unterscheidet Reuter (2007: 295) zwischen den essentialistischen und konstruktivistischen Kulturbegriffen. Nach den essentialistischen Kulturauffassungen ist die Kultur an sich eine homogene und abgeschlossene Einheit, die geographisch oder regional (national) zu bestimmen ist, die sogar als Nationalidentität angesehen wird. Man wird sozusagen durch die Geburt Mitglied einer Kultur. Der zweite Ansatz betrachtet die Kultur als interaktionsabhängig unter den Menschen in Kommunikationssituationen entstandenen Prozess. Das heißt, dass die Kultur von Menschen geschaffen worden ist (vgl. Fix o. J.). Diese Arbeit stützt sich auf den konstruktivistischen Kulturbegriff laut dem unter

„Kultur‘ all das gefasst wird, was Menschen in einer Gemeinschaft gemeinsam handelnd hervorbringen, um ihr Miteinander bewältigen zu können. Seien es Hervorbringungen der Hochkultur, seien es solche der Alltagskultur³. Das heißt: Zur Kultur gehören alle die Prozesse und Artefakte, die die Existenz einer Gemeinschaft erst ermöglichen. Dieser Kulturbegriff ist, da er nicht nur die Hochkultur erfasst, notwendig an den Alltagsbegriff gebunden.“ (Fix o. J.)

Fix (o. J.) weist dennoch darauf hin, dass das, wie Kultur definiert wird, von der geschichtlichen Situation, der jeweiligen Sprachgesellschaft und dem aktuellen Erkenntnisinteresse abhängt. Dazu ist es wichtig, die Kultur als heterogenes, veränderliches und vielschichtiges Phänomen anzusehen (Mauranen & Piitulainen: 2012: 280).

Im heutigen globalen Zeitraum ist die Frage nach den gemeinsamen kulturellen Textsorten ziemlich aktuell in der kontrastiven Textsortenuntersuchung. Wegen der gemeinsamen historischen Kulturhintergründen und der sprachlichen und kulturellen Kontakte haben die westlichen Textsorten viele gemeinsame Charaktere. Die Beziehung

³ „Alltag‘ verstehe ich im Sinne der Alltagsforschung (z. B. in Soziologie und Volkskunde) als die fraglosen Gegebenheiten und Gemeinsamkeiten unseres Handelns im „Hier“ und „Jetzt“ unserer Gegenwart, als „all jene Selbstverständlichkeiten des Denkens und des Sich-verhaltens (sic!).[...] die [...] das Leben ganz wesentlich konstituieren““ (Bausinger 1980a, 65f.). (Fix o. J.)

zwischen der Kultur und der Textsorte ist nicht so einseitig, dass die Textsorten (nur) kulturabhängig und Bestandteile der Kultur wären, sondern sie wirken auch als Bauelemente, die die Kultur produzieren. Damit man die kulturspezifischen Textsortenmerkmale erkennt, ist ein gutes kulturelles Wissen erforderlich, damit die generellen Merkmale nicht mit den spezifischen Textsortenmerkmalen vermischt werden. (Mauranen & Piitulainen 2012: 281.)

2.4 Anzeige als Textsorte

Als „Anzeige“ wird im allgemeinen Sprachgebrauch eine gedruckte Mitteilung in einer Zeitung oder in Kartenform als Einzeldrucksache verstanden. Für eine Zeitungsanzeige werden die Synonyme „Annonce“ und „Inserat“ verwendet. Die Anzeige kann vom Inhalt her amtlich, privat oder geschäftlich sein. (Duden 2014 s. v. Anzeige, vgl. Piitulainen 1993.) Laut Silbermann (1982) handelt es sich um die Kommunikation einer einseitigen Information, denn der Rezipient spielt keine aktive Rolle bei der Kommunikation. Demgegenüber meinen Döhn und Klöckner (1979), dass eine Anzeige eine bezahlte Mitteilung ist, die im Interesse einer Privatperson, eines Unternehmens, einer öffentlichen oder politischen Institution zum Beispiel im Druckmedium in Textform/als Abbildung publiziert wird. (Piitulainen 1993: 143.) Frese (1987) schlägt vor, dass die Anzeige eine Art von Nachricht ist, die auf die folgenden Fragen antwortet: wie, wer, wann, wo, auf welche Weise und warum?

Der Duden (2013, s. v. Geburtsanzeige) definiert die Geburtsanzeige als „(von den Eltern versandte oder aufgebene) Anzeige, durch die die Geburt eines Kindes bekannt gemacht wird“. Linke (2009) hat den Musterwandel der Geburtsanzeigen untersucht und unterscheidet in ihrer Forschung drei verschiedene Anzeigenformen der Geburtsanzeigen. In einer „Entbindungsanzeige“ spricht der Ehemann über seine Frau und das Neugeborene. Früher haben die Entbindungsanzeigen eine zentrale Rolle gespielt, als der Mann das Oberhaupt der Familie war. Unter „Geburtsanzeige“ wird eine solche Textsortenform verstanden, in der beide Eltern über das Kind sprechen.

Dazu gibt es noch die dritte Form „Selbstanzeige“, in der das Kind über sich selbst und möglicherweise auch über seine Eltern redet. (Linke 2009: 53.)

Es ist möglich, eine Anzeige als eine Textsortenklasse aufzufassen, weil sie weiter in einzelne Textsorten beziehungsweise Typen von Textsorten eingeteilt werden kann. In der Journalistik werden die Anzeigen nach unterschiedlichen Kriterien gegliedert, zum Beispiel gemäß dem Platz in der Zeitung, dem Inhalt der Anzeige und der Größe der Anzeige. Auf Grund des oben erwähnten Kriteriums können Anzeigen nach allgemeinem Interesse (z. B. Theaterprogramme), persönlichen Anzeigen zur Ankündigung sozialer Ereignisse (Familienanzeige), Werbe- und Kleinanzeigen unterschieden werden. Dazu ist es möglich, die Haupttypen der Anzeigen weiter zu untergliedern, zum Beispiel die Familienanzeige können in Verlobungs-, Hochzeits-, Geburts- und Todesanzeigen eingeteilt werden. Deswegen ist es in der Textsortentheorie möglich, eine mehrfache Hierarchisierung statt der allgemeinen Dreiteilung (Textsortenklasse-Textsorte-Textsortenvariante) vorzunehmen. (Piitulainen 1993, 143.) Nach Piitulainen (1993, 143) enthält die mehrfache Hierarchisierung die folgenden Kategorien: Textsortenklasse (Anzeige), Textsortentyp (Familienanzeige), Textsorte (Geburtsanzeige), Textsortenvariante (Angehörigen- und Organisationenanzeige) und Textexemplar (konkrete Realisierung einer Textsorte/-variante, also eine einzelne Todesanzeige). Die untenstehende Abbildung (4) veranschaulicht die Hierarchisierung am Beispiel der Geburtsanzeigen.

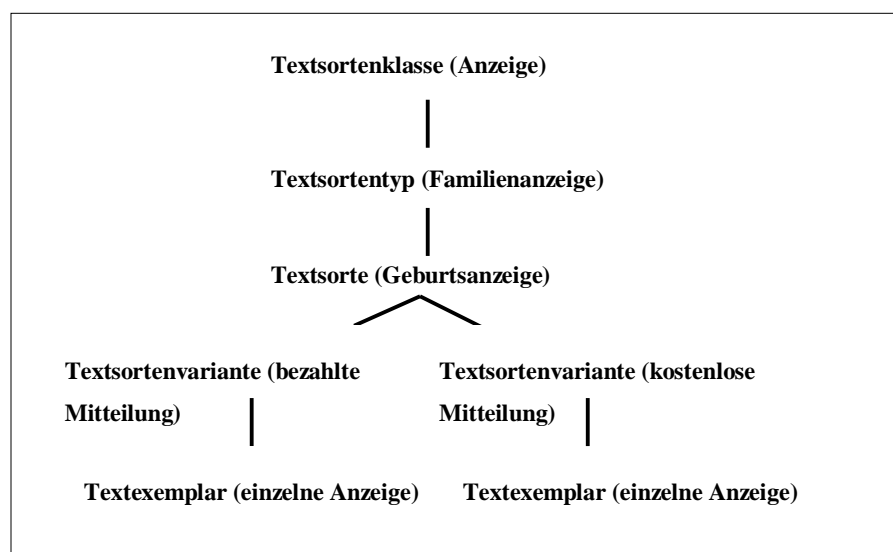


Abbildung 4. Die mehrfache Hierarchisierung einer Textsortenklasse

Hierzu ist es nötig zu erwähnen, dass die finnischen Geburtsanzeigen keine reinen Geburtsanzeigen sind, denn sie können sowohl über die Geburt als auch über die Taufe eines Kindes informieren. In der Textlinguistik wird dieses Phänomen Textsortenmischung genannt, was sich darauf bezieht, dass ein Text oder eine Rede gleichzeitig mehrere Ziele hat, anders als es eine reine Textsorte voraussetzt. (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 134).

2.5 Die Makrostruktur und ihre Ebene

Bisher habe ich mich mit den zentralen textlinguistischen Begriffen beschäftigt. Nun wird ein Blick darauf geworfen, wie ein Text aufgebaut wird. Eine von den Untersuchungsfragen dieser Arbeit ist, inwiefern sich die strukturellen „Ebenen“ der deutschen und finnischen Geburtsanzeigen unterscheiden und wie die Geburtsanzeigen aufgebaut sind. Hier wird aus theoretischer Sicht die Makrostruktur (bzw. das Textstrukturmuster) betrachtet.

Es ist üblich, dass bei der Definition der Textsorte die Struktur des Textes als zentrales Kriterium bezeichnet wird. In diesem Zusammenhang wird mit der Struktur die Makrostruktur des Textes gemeint, also wie der Gesamttext strukturiert worden ist. Im Hintergrund steht der Gedanke, dass jede Textsorte eine bestimmte charakteristische Weise hat, wie ein gesamter Text sich konstituiert. (Mäntynen 2006: 42.) Beachtenswert ist, dass der Begriff „Makrostruktur“ in der Textlinguistik nicht einheitlich verwendet wird, obwohl er einer von den zentralen Begriffen der Textlinguistik ist (Gläser 1990: 54, Sorvali 2004: 61). Als Makrostruktur wird häufig auch das Textstrukturmuster bezeichnet, mit der eine Bau- oder Gliederungsstruktur gemeint ist, die für eine Textsorte charakteristisch ist (Linke et al. 1996: 249).

Krause (2000a: 51) unterscheidet die Strukturtiefe eines Textes zwischen Makro- und Mikrostruktur. Makrostrukturen treten in der Komposition und in der Architektonik auf. Die Architektonik betrifft die äußere Gestaltungsweise von Texten, wie die formalen Textteile angeordnet werden, z. B. wie Absätze, Überschriften und Teilüberschriften.

Dagegen ist die Komposition Ausdruck der Strukturierung der inhaltlichen Seite des Textes, durch die man den Text als sinnvolle Einheit erfassen kann. (Krause 2000a: 51.) Nach Gläser (1990: 54–55) können drei verschiedene Forschungsansätze der Makrostrukturen der Texten erkannt werden. Erstens kann man unter Makrostruktur die inhaltliche Gliederung eines Gesamttextes verstehen, die aus den Prinzipien der Textkomposition und der Themenentfaltung resultieren. Dieses bedeutet die globale Struktur eines Textes, also die formalen Modelle von Texten. Zweitens kann die Makrostruktur als „Textbauplan“ oder „Textablaufschema“ betrachtet werden. In diesem Zusammenhang wird die Makrostruktur als konventionalisierte Kompositionsweise angesehen, wie ein Text konventionell aufgebaut wird. Anders ausgedrückt: die Makrostruktur wird als „eine Einheit von Inhalt und Form“ verstanden. Zudem gibt es die Möglichkeit, die Makrostruktur für das funktionale Entfaltungsschema eines Textes zu halten. Das heißt, dass der Verfasser die Makrostruktur eines Textes, das Funktionsfolge-Schema einer Textsorte, bestimmt. (Gläser 1990: 54–55, vgl. Sorvali 2004: 61–62.) Sorvali (2004: 61–62) schlägt vor, dass man die kompositionale Sicht und die Entfaltungsschema-Sichtweise nicht als Gegensätze betrachten sollte, denn die beiden Betrachtungsweisen heben hervor, dass der Text ein „Strukturgerüst“ hat, in dem die Teiltex te linear folgen. Die Entfaltungsschema-Sichtweise hebt das funktionale (pragmatische) Element des Textes hervor und die kompositionale Weise das semantische Element.

Textteile, die eine thematisch-kommunikative Teilfunktion im Rahmen des Gesamttextes mit einer dominierenden Textfunktion haben, werden als makrostrukturelle Elemente betrachtet (Piitulainen 1993: 141). Piitulainen (1993) hat die makrostrukturellen Elemente der finnischen und deutschsprachigen Todesanzeigen betrachtet und ist zu dem Ergebnis gekommen, dass die Gesamtstruktur der Todesanzeigen mit dem zusammenhängenden Sprach- und Kulturraum und der Zeitung zusammenhängt. Alle makrostrukturellen Bestandteile sind nicht in allen Zeitungen vorhanden, obligatorisch sind Mitteilungs- und Inserententeil in den Todesanzeigen. Neben diesen obligatorischen Teilen treten auch häufig der Motto- bzw. Spruchteil und Abschlussteil mit organisatorischen Hinweisen auf. Auf gleichartige Weise kläre ich in

dieser Analyse auf, welche makrostrukturelle Elemente in den finnischen und deutschen Geburtsanzeigen vorkommen und ob sie obligatorisch oder fakultativ sind.

3 Ausgangspunkte der kontrastiven Analyse

In diesem letzten theoretischen Kapitel werden die Grundlagen der kontrastiven Analyse behandelt: Worauf konzentriert sich die kontrastive Analyse? Welche Rolle spielt das *Tertium comparationis* in der kontrastiven Analyse? Und welche Vorgehensweisen gibt es?

Die kontrastive Sprachforschung bzw. kontrastive Linguistik ist ein Teilbereich der vergleichenden Sprachwissenschaft, in die auch die folgenden Hauptrichtungen eingerechnet werden können: historisch-vergleichende Sprachwissenschaft, Sprachtypologie und Areallinguistik. Das Ziel der kontrastiven Linguistik ist es generell, die Gemeinsamkeiten und Unterschiede durch Kontrastierung zweier Sprachen im Rahmen der bestimmten theoretischen Methoden der Konfrontation herauszufinden. Es ist möglich, irgendwelche Sprachen oder irgendein Sprachenpaar zu vergleichen, denn es wird nicht erwartet, dass die Sprachen typologisch ähnlich sind, dass sie genetisch verwandt sind oder dass sie sich geographischer Nähe befinden. (Sternemann 1983: 9 – 12, vgl. Piitulainen 2011 : 368.) Die Kontrastierung kann auf der phonetischen, lexikalischen, syntaktischen, semantischen oder auf der pragmatischen Ebene der Sprache geschehen. (Piitulainen 2011: 368, vgl. Sorvali 2004: 25). Die kontrastive Linguistik dient einer heuristischen Funktion: Durch den Vergleich der Phänomene zweier Sprache kann man leichter und deutlicher etwas Neues an den Eigenarten der Phänomene zweier Sprachen erkennen. (Sternemann 1983: 34, vgl. Piitulainen 2011: 368.)

Die kontrastive Analyse kann entweder diachron oder synchron sein (Järventausta 2013: 96). Die diachrone bzw. historisch-vergleichende Untersuchung betrachtet die Sprache oder das Phänomen der Sprache durch den Lauf der Zeit und hebt dadurch den Sprachwandel hervor (Duden 2013 s. v. Diachronie). In der synchronen Untersuchung wird eine bestimmte Sprachbetrachtung zu einem bestimmten Zeitpunkt behandelt

(Duden 2013 s. v. Synchronie 2013). Laut Järventausta (2013: 96) basiert die diachrone kontrastive Untersuchung auf der geschichtlichen komparativen Sprachenforschung. Im Gegensatz dazu kann die synchrone Untersuchung entweder sprachtypologisch (mehrere zu vergleichende Sprachen) oder kontrastiv (zwei Sprachen werden verglichen) sein. Die vorliegende Arbeit ist eine synchrone Analyse, weil die Geburtsanzeigen im Herbst 2014 publiziert worden sind und sie nicht aus einem längeren Zeitraum stammen.

Laut Teich (2002) kann die synchrone kontrastive Analyse die Sprachsysteme oder die Verwendung der Sprachen (der Texte) untersuchen, einen strukturellen oder funktionalen Gesichtspunkt wählen oder sich auf die Unterschiede oder Gemeinsamkeiten konzentrieren. Die kontrastive Analyse erfolgt in drei Stufen. Erstens werden die passenden Phänomene in den kontrastiven Sprachen gesucht oder sie werden selber beschrieben. Danach wird das Problem des Kontrasts erläutert und der Vergleichsgrund, das *Tertium comparationis* (lat. „das Dritte des Vergleiches“), festgelegt. Drittens werden die beiden Sprachen mit dem Vergleichsgrund kontrastiert. (Järventausta 2013, 102–105.)

Die kontrastive Untersuchung ist vor allem deshalb kritisiert worden, weil oft ein linguistischer Vergleich durchgeführt wird, obwohl nicht ausreichend klar geworden ist, warum dieses gemacht wird. Denn wenn man nur die Gleichheiten und Unterschiede zwischen den Sprachen oder zwischen ihren Teilsystemen feststellt, führt das nicht eigentlich zu Ergebnissen, die einen Sinn in der wissenschaftlichen oder angewandten Sprachforschung hätten. Die kontrastive Analyse sollte immer in einem größeren Zusammenhang stehen. Einerseits soll die kontrastive Analyse neben der Kontrastierung prinzipiell keine andere Absicht oder Ziel haben, aber andererseits sind die kontrastiven Analysen häufig mit einem größeren theoretischen Forschungsproblem verbunden oder sollten mindestens bestimmte Anwendungen bedenken. (Järventausta 2013: 124.)

3.1 Das unilaterale und bilaterale Verfahren

Beim interlingualen Textvergleich gibt es zwei verschiedene Verfahrensweisen: das unilaterale und das bi- beziehungsweise multilaterale Verfahren. Beim unilateralen Verfahren wird eine sprachliche Erscheinung einer Ausgangssprache auf die Zielsprache abgebildet, d. h. es werden alle entsprechenden Ausdrücke der Ausgangssprache in der Zielsprache herausgesucht. (Sorvali 2004: 17–18; Järventausta 2013: 114.) Normalerweise folgt die unilaterale Verfahrensweise immer dem gleichen Schema: Für die Phänomene (X) der Sprache (A) werden die Äquivalente in der Sprache (B) gesucht. Meistens ist das unilaterale Verfahren auf die strukturellen Phänomene der Sprache angewendet worden, aber es ist prinzipiell auch möglich, ein beliebiges sprachliches Phänomen zu wählen. (Järventausta 2013: 115.) Als Vorteil des unilateralen Verfahrens kann gesehen werden, dass es keinen gesonderten Vergleichsgrund benennen soll, sondern die Form, der Ausdruck oder die Kategorie der Ausgangssprache kann als *Tertium comparationis* dienen. Aber als Nachteil wird gesehen, dass man sehr selten durch eine unilaterale Verfahrensweise ein einheitliches Bild vom kontrastiven Phänomen erhalten kann. (Järventausta 2013: 120.)

Das bilaterale Verfahren behandelt vergleichbare Erscheinungen, die in zwei oder mehreren Sprachen in einer gegenseitigen Beziehung stehen. Das bilaterale Verfahren erfordert die Benennung des *Tertium comparationis*, weil die Geschehensrichtung der Analyse immer vom Inhalt zum Ausdruck verläuft, in der als Inhalt das *Tertium comparationis* gesehen wird. Dazu sind die vergleichbaren Erscheinungen gleichberechtigt zu kontrastieren. (Järventausta 2013: 116, Sorvali 2004.) In einer bilateralen Verfahrensweise gibt es drei Phasen. Zuerst werden die Fakten des Phänomens aufgelistet, das untersucht wird. Zweitens werden die gesammelten Phänomene intralingual kontrastiert. Erst danach ist es möglich, den interlingualen Vergleich zu führen, in dem die einzelsprachlichen Blöcke miteinander verglichen werden. (Sternemann 1990.) In dieser Arbeit wird die bilaterale Verfahrensweise genutzt. Die nächste Abbildung (5) gibt einen Überblick der Unterschiede zwischen diesen beiden Verfahrensweisen (Sorvali 2004: 18 modifizierend nach Sternemann 1983: 66, 71).

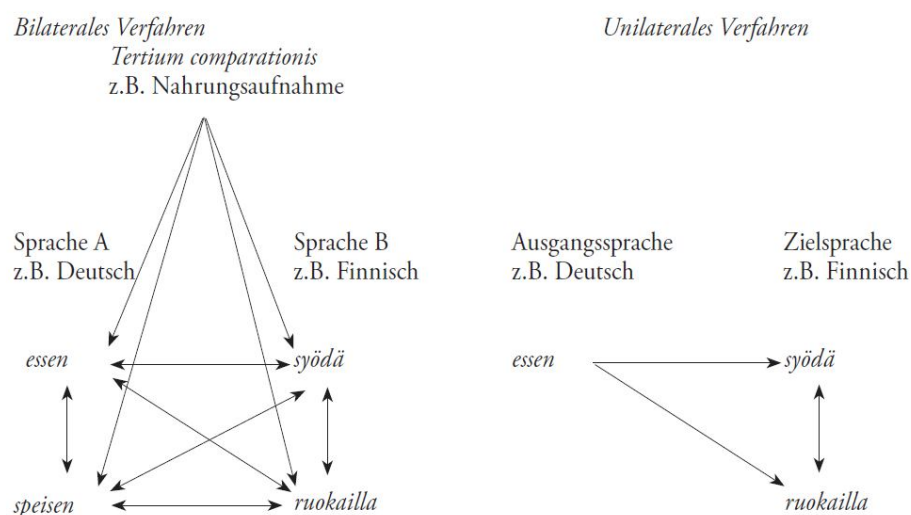


Abbildung 5. Bi- und unilaterale Verfahrensweisen (nach Sorvali 2004: 13.)

3.2 Tertium comparationis

Die bilaterale kontrastive Analyse ist nicht möglich ohne Tertium comparationis, das eine unveränderliche, übereinzelsprachliche Größe ist, in der sowohl sprachliche Unterschieden als auch Gleichheiten relativiert werden. (Järventausta 2013: 108.) Das Tertium comparationis soll solche Aussagen über die erforschten Sprachen enthalten, die einwandfrei (eindeutig) formuliert sind (Sternemann 1983: 33). Krause (2000b: 124, 138) und Sorvali (2004: 17) heben hervor, dass es schwierig und theoretisch ziemlich anspruchsvoll ist, ein tragfähiges Tertium comparationis zu benennen, weshalb es je nach den Zielsetzungen einer Arbeit gewählt wird. Es gibt also kein gemeinsames fertiges Tertium comparationis, sondern es muss immer neu für eine kontrastive Analyse geschaffen werden. In der traditionellen kontrastiven Analyse hat man sich auf die sprachlichen Einzelphänomene konzentriert, die auf der phonetischen, lexikalischen, syntaktischen oder semantischen Ebene gelagert sind. Die Tendenz der neueren kontrastiven Untersuchungen ist, dass eher satzübergreifende Einheiten (Texte/Textsorten) betrachtet werden. Dieses stellt neue Fragen und bringt neue Grenzziehungen in der kontrastiven Analyse mit sich: Als Tertium comparationis fungieren nicht mehr nur rein sprachliche oder linguistische, nicht mehr nur formale

oder inhaltliche Eigenschaften, sondern es wird danach gestrebt, dass das Tertium comparationis aus mehreren Eigenschaften entsteht, wobei sowohl die nichtsprachlichen Elemente als auch die unterschiedlichen sprachlichen Ebenen berücksichtigt werden. Deswegen lohnt es in einem solchen Fall, mit mehreren Vergleichsgründen zu arbeiten, die man hierarchisiert formuliert. (Sorvali 2004: 19.)

Wie schon oben erwähnt, ist es möglich, dass man sich mit mehreren Vergleichsgründen in einer kontrastiven Analyse beschäftigen kann. Eine andere Möglichkeit ist, dass das Tertium comparationis als ein Bündel von Merkmalen verstanden wird (Sorvali 2004: 18). In dieser Arbeit steht als Tertium comparationis „die Mitteilung über die Geburt“ (Wie wird über die Geburt informiert?), das als Merkmalsbündel angesehen werden kann, weil hier die sprachlichen und nichtsprachlichen Merkmale, das Textmuster und die makrostrukturelle Ebene der Geburtsanzeige beachtet werden. In den makrolinguistischen kontrastiven Analysen ist die Formulierung des Tertium comparationis viel schwieriger als in den mikrolinguistischen⁴ Untersuchungen, da die Forscher sich mit Gesamtheiten beschäftigen, auf die auch die außersprachlichen Faktoren wirken (Hall 2005, 64). Bei Benutzung eines Tertium comparationis werden zuerst die Erscheinungen der Sprachen getrennt verglichen und erst danach ist es möglich, diese Phänomene miteinander zu vergleichen. (Järventausta 2013: 116.) In dieser Arbeit werden zuerst die Merkmale der deutschen und finnischen Geburtsanzeigen getrennt aufgelistet, wonach dem sie interlingual verglichen werden. Danach werden noch die Gemeinsamkeiten und Unterschiede festgelegt.

Hierzu möchte ich kurz ein anschauliches Beispiel von Järventausta (2013: 110) für das Tertium comparationis darstellen, das das Wesen des Vergleichsgrunds ganz konkret erklärt: Wenn Äpfel und Birnen miteinander verglichen werden, kann der gemeinsame Vergleichsgrund z. B. die typischen Merkmale der unterschiedlichen Früchte oder die

⁴ Mikrostrukturelle Ebene bedeutet, dass sich auf die kleineren stilistischen und sprachlichen Einheiten konzentriert wird, wie u.a auf die Verwendung des Modus, des Passivs, des Aktivs, der Metaphern, der Satzlänge und des Wortschatzes (Mauranen & Piitulainen 2012: 275-276).

Form/Farbe der Früchte sein. Aber wenn die Birnen mit den Äpfeln verglichen werden, funktionieren die Eigenschaften von Birnen als Vergleichsgrund.

3.3 Kontrastive Textsortenanalyse

Die kontrastive Textsortenuntersuchung ist gleichzeitig kontrastive Sprachforschung, vergleichende Kulturforschung und Diskursforschung. Je nach den Zielen ist es möglich, die induktive oder deduktive Verfahrensweise auf die Kontrastierung der Textsorten anzuwenden. Die deduktive Analyse untersucht, wie die Texte einer Textsorte oder einer Textsortenklasse von Sprachpaaren sich unterscheiden, die eine textfunktionale und kommunikativ-pragmatische Äquivalenz haben. Im Gegensatz dazu betrachtet die induktive Analyse, zu welchen Textsorten die gefundenen Texte gehören, und die Textsorten werden mit ihren Sprach- und Kulturpaaren beschrieben. (Mauranen & Piitulainen 2012: 278.) Die vorliegende kontrastive Untersuchung basiert auf der deduktiven Analyse, weil die existierenden Textsorten in einer partiellen Äquivalenzbeziehung stehen und sie sich auf die Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen deutschen und finnischen Geburtsanzeigen konzentriert.

Mauranen und Piitulainen (2012: 276–277) unterscheiden drei Haupttypen der kontrastiven Textsortenanalyse: die handlungsorientierte, die Domänen- und die strukturorientierte Analyse. In einer handlungsorientierten Analyse wird betrachtet, wie sich die kommunikative Funktion eines Textes erfüllen lässt. Die Domänenanalyse von Textsorten richtet sich auf den Sprachgebrauch in bestimmten Kommunikations- und Interaktionssituationen, wie z. B. die Verwendung der Fachsprache. Die strukturorientierte Textsortenanalyse kann entweder auf der Mikro- oder Makrostruktur eines Textes beruhen. In dieser Studie werden die Geburtsanzeigen sowohl aus der handlungsorientierten als auch aus der strukturorientierten Sicht betrachtet. Denn es wird zwar eine Antwort auf die Frage gesucht, wie unterschiedlich die Geburtsanzeigen aufgebaut werden, aber auch darauf, was für eine kommunikative Funktion die Geburtsanzeigen in beiden Kulturen haben.

In der kontrastiven Textsortenanalyse bezieht sich die Hauptaufmerksamkeit auf die interlinguale Variation, in der die textsortenspezifische Variation konstant bleibt. Dieses bedeutet, dass die in der kontrastiven Analyse einbezogenen Textexemplare dieselbe Textsorte in den zu vergleichenden Sprachen repräsentieren. Aber das Hauptthema ist nicht nur, die verschiedenen Textsorten oder einzelne Merkmale interkulturell oder interlingual in der kontrastiven Analyse entgegenzusetzen, sondern die Befunde im historischen und kulturellen Kontext zu betrachten. Die in der kontrastiven Analyse vorkommenden möglichen Fragen sind unter anderem:

- Wie unterscheiden sich die verbalen und nonverbalen Merkmale der zu vergleichenden Textsorten auf unterschiedlichen Analyseebenen voneinander und welcher Art sind die Unterschiede (qualitativ oder quantitativ)?
- Sind die Unterschiede in Beziehung mit den kulturellen Phänomenen zu setzen?
- Welche gesellschaftlichen und geschichtlichen Faktoren erklären die Kulturunterschiede? (Piitulainen 2001: 162–163.)

Das zentrale Thema der kontrastiven Analyse ist, die Beschreibung des prototypischen Kerns von Textsorten und die aus dieser Sicht entstehende Kontrastierung von Sprache und Kultur zu betrachten. Der prototypische Charakter einer Textsorte bedeutet, dass der gemeinsame Kern der Textsorte aus den obligatorischen Elementen besteht. Daneben enthalten die Textsorten auch fakultative Elemente, die auftreten oder nicht auftreten können. (Mauranen & Piitulainen 2012: 273.) Als Vorteil der kontrastiven Analyse lässt sich nennen, dass einzelne „individuelle“ Textexemplare zwischen den Sprachen einander nicht gegenübergestellt werden, sondern dass man einen größeren Stichprobenumfang von Textexemplaren einer Textsorte braucht, um die Unterschiede und Gemeinsamkeiten herauszuarbeiten (Spillner 2002: 38).

Nach Piitulainen (2011: 372–373, 2001: 162–163) gibt es einige Hauptmöglichkeiten, die die Datenerhebung bei der kontrastiven Textsortenanalyse ermöglichen: Übersetzungsvergleich (die zu analysierenden Texte haben eine Übersetzungsrelation), Paralleltextanalyse (die zu analysierenden Texte erfüllen die gleiche kommunikative

Funktion), Benutzung einsprachiger Korpora, Interviews und die Kombination der verschiedenen Typen von Methoden. Piitulainen (2011: 373–374) hebt heraus, dass eine Paralleltextanalyse sich besonders gut für kontrastive Textsortenuntersuchungen eignet, weil sie in ähnlichen Kommunikationssituationen entstanden sind. Außerdem haben die Paralleltexte eine ähnliche kommunikative Funktion, sodass die Unterschiede, die zwischen den Sprachdaten möglicherweise festzustellen sind, kulturelle und sprachliche Differenzen darstellen. Es ist auch wichtig, dass die Textsortenkonventionen nicht verfälscht übersetzt sind. Hierzu kann ich feststellen, dass die Geburtsanzeigen in beiden Kulturen, sowohl in der finnischen als auch in der deutschen, den gleichen Zweck haben, weshalb sie Paralleltexte sind. Aber die finnischen Anzeigen können noch über die Taufe informieren.

3.4 Äquivalenz beim interlingualen Vergleich

Sternemann (1983: 43) stellt den Begriff Äquivalenz im interlingualen Vergleich dar, unter dem „die Übereinstimmung von Bedeutungen sprachlicher Einheiten“ verstanden wird. In der kontrastiven Linguistik wird prinzipiell versucht, die Entsprechungen für bestimmte Erscheinungen der vergleichenden Sprachen zu untersuchen. (Sternemann 1983:43, Krause 2000b: 134.) Es gibt drei Äquivalenzbeziehungen der Textsorten (totale, Null- und partielle Äquivalenz), die hier vorgestellt werden (Sternemann 1983: 51–57).

Totale Äquivalenz bedeutet vollständige, absolute Übereinstimmung der zu vergleichenden Erscheinungen. Laut Krause (2000b: 136) kommt totale Äquivalenz sehr selten beim Textvergleich vor. Totale Äquivalenz ist eigentlich nur dann möglich, wenn es um internationalisierte Textsorten (wirtschaftliche, politische und rechtliche Textsorten) geht. Als Nulläquivalenz wird eine solche Textsorte benannt, die in einer oder mehreren der zu vergleichenden Sprachen nicht existiert. Als Beispiel könnte man die Heirats- oder Kontaktanzeigen nennen, die aufgrund der politischen und religiösen Gründe nicht in allen Kulturen veröffentlicht werden und deswegen unbekannt sind. Stattdessen tritt partielle Äquivalenz am häufigsten beim Textvergleich auf. Partielle

Äquivalenz bedeutet, dass es in den zu vergleichenden Sprachen entsprechende Textsorten gibt, aber sie unterscheiden sich in ihrer Kulturkomponente. Hier wird über zwei Tendenzen gesprochen. Erstens ist es möglich, dass die makrostrukturelle Ebene von Texten ziemlich gleich ist, dass es aber auf der mikrostrukturellen Ebene Abweichungen gibt, also die kompositorische und architektonische Prinzipien stimmen mit den zu vergleichenden Texten überein. Die zweite Tendenz heißt, dass es auf beiden, sowohl auf der mikro- als auch auf der makrostrukturellen Ebenen Abweichungen gibt. Zum Beispiel kann ein persönlicher Brief unter den kulturell verwandten Gemeinschaften ziemlich gleich aussehen. Dagegen können aber ziemlich große Unterschiede zwischen den persönlichen Briefen bestehen, wenn sie sich aus entfernten Kulturen stammen. (Krause 2000b: 137.) Beim interlingualen Vergleich wird aus mikrostruktureller Sicht auf Formulierungsbesonderheiten der vergleichbaren Textsorten zwischen den Sprachen geachtet, ob die Textgestaltung entsprechend ist. Aus makrostruktureller Sicht ist es wichtig, den Textsortenstil zu prüfen, ob es textsortenstilistische Homogenität zwischen den Texten gibt, ob es gleiche Stilzüge gibt und welche Abweichungen vorkommen. (Krause 2000b: 136–137.)

4 Analyse der deutschen und finnischen Geburtsanzeigen

In diesem Analysenteil stelle ich zuerst die Korpora und die Zeitungen vor, aus denen die Geburtsanzeigen stammen. Danach wird der Begriff *Geburtsanzeige* aus Sicht der analysierten Anzeigen beurteilt: Die Benennung der Geburtsanzeige wird näher betrachtet und eine breitere Definition für die Geburtsanzeigen neben der Dreiteilung von Linke gestellt. Zum Schluss werden die einzelne makrostrukturelle Elementen der deutschen und finnischen Anzeigen beseht.

4.1 Darstellung der Korpora

Das Korpus besteht aus 200 Geburtsanzeigen, von denen 100 finnisch und 100 deutsch sind, die alle im Zeitraum von 1.9.2014 bis 1.12.2014 erschienen sind. In Deutschland

veröffentlichen nur die regionalen Tageszeitungen Geburtsanzeigen, es gibt keine Geburtsanzeigen zum Beispiel in Tageszeitungen wie *Frankfurter Allgemeine Zeitung* oder *Die Zeit*, die überregionale Tageszeitungen sind. Im Gegensatz zu den Deutschen publizieren aber die größten und einflussreichsten Tageszeitungen in Finnland wie u. a. *Helsingin Sanomat* und *Aamulehti* und *Turun Sanomat* Geburtsanzeigen. Die in dieser Arbeit betrachteten finnischen Geburtsanzeigen stammen aus *Helsingin Sanomat*, weil die Verfasserin dieser Arbeit sie abonniert. Die deutschsprachigen Geburtsanzeigen stammen aus der *Nordwest-Zeitung*, da die *Nordwest-Zeitung* ein großes digitales Babyportal mit Anzeigen im Internet hat. Das heißt, dass das Babyportal die Geburtsanzeigen mitteilt, die sowohl im Internet als auch in Druckform publiziert werden. Die finnischen Tageszeitungen haben keine Anzeigenportale im Internet, die dagegen ziemlich üblich für die deutschen Zeitungen sind, als Beispiele können die *Nordwest-Zeitung*, die *Rhein-Zeitung* und die *Nordsee-Zeitung* genannt werden. Der wichtigste Grund für die Wahl der beiden Zeitungen war die leichte Erhältlichkeit der Geburtsanzeigen. Die Zeitungen entsprechen nicht einander, weil *Helsingin Sanomat* eine überregionale Zeitung ist und die *Nordwest-Zeitung* eine kleinere regionale Zeitung ist. Mein Ziel war, keine Anzeigen zu nehmen, die kostenlos sind, wie zum Beispiel im Tamperenser Lokalblatt *Moro* publizierte Anzeigen, sondern solche, die die Eltern privat veröffentlicht haben. In den nächsten zwei Kapiteln stelle ich die Zeitungen dar, aus denen die Geburtsanzeigen gesammelt worden sind.

4.2 Die Nordwest-Zeitung

Die *Nordwest-Zeitung* (NWZ) ist eine regionale Tageszeitung im nordwestlichen Niedersachsen, deren gegenwärtig verkaufte Auflage 117.782 Exemplaren beträgt und damit im Durchschnitt 275.000 Leser am Tag erreicht (Internetquelle 1; Internetquelle 2). Die NWZ wurde im Jahr 1946 gegründet und erscheint montags bis samstags in Oldenburg (Internetquelle 3). Die in der *Nordwest-Zeitung* publizierten Geburtsanzeigen werden zuerst in der Gesamtausgabe publiziert und einen Tag nach Publikation auf eines der Familien-Internetportale der *Nordwest-Zeitung* gestellt. Der Preis der Anzeige hängt von der Größe der Anzeigen ab. Die Anzeigenhöhe aller

Anzeigenformate ist variabel und man kann eine ein- bis sechsspaltige Breite wählen. Eine 1-spaltige Anzeige hat eine Spaltenbreite von 45 mm und die 6-spaltige 282 mm breite. Ein Beispielpreis einer 1-spaltige Anzeige in der Anzeighöhe von 88 mm kostet 73,30 Euro in schwarz-weiß und eine farbige Anzeige 86,39 Euro. Oder eine zwei-spaltige Anzeige (92 mm) in der Anzeighöhe von 60 mm kostet 99,96 Euro und eine farbige Anzeige 113,05 Euro. Wenn man die Anzeige über NWZ-online bucht, ist der Preis des Farbzuschlags billiger. (Internetquelle 4.)

4.3 Helsingin Sanomat (Helsinki Nachrichten)

Helsingin Sanomat (HS) (gegründet im Jahr 1904) ist die auflagenstärkste Tageszeitung in Finnland und auch die größte Zeitung in Skandinavien. Die Zeitung erreicht täglich fast eine Million Leser. HS erscheint jeden Tag und die meisten Geburtsanzeigen stehen meistens in der Sonntagszeitung. (Internetquelle 5.) Die Anzeighöhe ist bei allen Anzeigenformaten variabel und man kann die breite von eins- (3,9 cm) und zwei-spaltig (8,2 cm) wählen. Wenn man Abonnent von HS ist, kann eine private Geburtsanzeige z. B. kosten:

- mit Foto und der Größe von 39 x 88 mm: 69 Euro wochentags und 79 Euro sonntags. (Normalpreis 154 Euro und Sonntag 180, 40 Euro).
- mit Bild und einer Größe von 39 x 66 mm: 49 Euro und sonntags 59 Euro (Normalpreis 115, 50 Euro wochentags und sonntags 135, 30 Euro). (Internetquelle 6.)

Die farbige Anzeige kostet ebenso viel wie eine schwarz-weiße Anzeige.

4.4 Zur Definition der Geburtsanzeige

Erwähnt wurde bereits, dass die Benennung der Textsorte eine Rolle in einer Kultur spielt, weil sie die soziale Handlung widerspiegelt. Dies kann man auch feststellen, wenn man das Kompositum „Geburtsanzeige“ näher betrachtet: das Bestimmungswort

„Geburt“ berichtet über ein bestimmtes Thema (Geburt) und das Grundwort „Anzeige“ benennt die Funktion des Textes (Anzeige).

Linke (2009) ist in ihrer Untersuchung zu dem Ergebnis gekommen, dass die Geburtsanzeigen nach drei verschiedenen Formen (Entbindungs-, Geburts- und Selbstanzeige) unterschieden werden können (s. Kapitel 2.4). Bei Betrachtung der Geburtsanzeigen kann bemerkt werden, dass die Entbindungsanzeigen in den Korpora überhaupt nicht vorkommen. Darauf wirkt die heutige Tendenz, nach der die Geburt des Kindes als ‚Produktion‘ angesehen wird, an der sich die beiden Elternteile beteiligen, aber sie spielen dabei unterschiedliche Rollen (Linke 2009: 52). Linke (2009) versteht die Geburtsanzeige als Textsorte „in welcher beide Eltern über das Kind sprechen“ (vgl. Duden 2013 s. v. Geburtsanzeige). Aber auf Grund der betrachteten Geburtsanzeigen kann festgestellt werden, dass es die Möglichkeit gibt, dass die Geschwister, die Großeltern oder die restliche Verwandtschaft zusammen mit oder ohne Eltern über die Geburt des Kindes informieren. Deswegen soll eine breitere Definition für die Geburtsanzeige geschaffen werden, da der Begriff „Geburtsanzeige“ nicht auf solche Fälle zutrifft. Deshalb wird in dieser Arbeit unter Geburtsanzeige die Mitteilung über die Geburt eines Kindes durch die Eltern oder durch einen Verwandten verstanden. Anders ausgedrückt: die Geburtsanzeige ist eine von den Eltern oder von den Verwandten aufgegeben Anzeige, durch die die Geburt eines Kindes öffentlich angezeigt wird. Der größte Teil der analysierten Anzeigen sind Geburtsanzeigen, in denen beiden Eltern (die Mutter und der Vater) über die Geburt ihres Kindes informieren. Selten tauchen solche Geburtsanzeigen auf, in der eine alleinerziehende Mutter die Geburt ihres Kindes anzeigt. Dies betrifft nur 1% der deutschen und finnischen Anzeigen, in denen die Mutter allein als Inserentin steht. Nur eine Anzeige der untersuchten Anzeigen ist eine Selbstanzeige, die im Muster eines Briefes dargestellt wird und gleichzeitig intertextuelle Bezüge enthält (s. Abb. 6). In dieser Anzeige werden alle konventionell erwartbaren Informationen einer Geburtsanzeige mitgeteilt (wie der Name des Kindes, das Geburtsdatum, der Name der Eltern und des Bruders), aber daneben erfüllt sie die Kriterien eines offenen Briefes (wie z. B. Anrede, Zukunfts/Berufspläne, Schluss: Verweis auf Wiedersehen), der im Namen des Kindes geschrieben worden ist und dessen Ziel es ist, über die Geburt zu informieren.



(NWZ, 1.11.2014.)

Abbildung 6. Eine Selbstanzeige

Diese Selbstanzeige und der im Kapitel 2.1 dargestellte Steckbrief sind die einzigen Geburtsanzeigen, die vom bekannten Prototyp einer Geburtsanzeige in den analysierten Korpora abweichen.

4.5 Einleitungsteil

Der Einleitungsteil steht gleich am Anfang und führt den Leser in den Text ein. Die Einleitung ist kein obligatorisches Element in den Geburtsanzeigen und kommt sowohl in den deutschen als auch in den finnischen Anzeigen ziemlich selten vor. Dieser Teil ist manchmal ziemlich schwierig von dem Ankündigungs-, Mitteilungs- und Spruchteil zu unterscheiden, da diese Teile in einigen Fälle ähnliche Funktionen teilen: es handelt sich um funktionale Äquivalenz, z. B. ein Gedicht kann auch eine einführende Funktion haben, aber es wird in der vorliegenden Arbeit zu dem Gedichtteil gezählt. In dieser Arbeit werden solche sprachlichen Äußerungen als Einleitungsteil angesehen, welche die folgenden zwei Kriterien erfüllen: Erstens soll er gleich am Anfang der Geburtsanzeige stehen und zweitens soll er eine einführende Funktion haben.

In 7% der deutschen Anzeigen befindet sich der Einleitungsteil. In zwei deutschen Einleitungsteilen deutet die Einleitung direkt auf das Glück („Glück im Doppelpack!“ (NWZ, 2.10.2014) und „Pures Glück!“ (NWZ, 22.11.2014)), aber der Grund des Glücks folgt erst im Mitteilungsteil. Daneben kann der Einleitungsteil sich ganz konkret auf die veränderliche Situation der Familie beziehen. Wie z. B. die Einleitung „Jetzt machen wir die Nacht zum Tag...“ (NWZ, 15.11.2014), die direkt darauf verweist, dass keine ruhigen Nächte zu erwarten sind. In einer deutschen Anzeige drücken die Großeltern ihre Freude anders aus: „Ein Grund mehr in den Süden zu fahren!“ (NWZ, 8.11.2014.) Der Grund ist das neugeborene Enkelkind. Auch eine deutliche Einleitung ist der folgende Satz: „Unser Blumenpark hat wieder Nachwuchs“ (NWZ, 31.10.2014), der impliziert, dass die Familie schon Kinder hat und dass jetzt ein weiteres Kind geboren wurde.

Der Einleitungsteil kommt in den finnischen Geburtsanzeigen fast ebenso häufig wie in den deutschen vor (8%), denn in finnischen Anzeigen wird häufig direkt die Geburt des Kindes mitgeteilt. Wenn es einen Einleitungsteil in den finnischen Anzeigen gibt, ist er individuell ausgeprägt, d. h. dass die Einleitungsteile von ihrem Charakter her sehr unterschiedlich sind, wie die folgenden Sätze belegen:

„Hyökkäysketjumme on kasassa!“ (Unsere Angriffskette ist vollständig! (HS, 5.10.2014.))

„Uusi Askel!“ (Neue Schritt! (HS, 5.10.2014.))

„Olemme kaikki tähtipölyä.“ (Wir alle sind Sternenstaub. (HS, 19.10.2014.))

Die erste scherzhafte/humorvolle Aussage informiert, dass die Gartenspiele der Kinder mit Hilfe der neuen Verstärkung weitergehen und dass alle nötige Spieler für eine Angriffskette bereit stehen. Zu dem Ergebnis kann man auch kommen, wenn man den Mitteilungsteil betrachtet, in dem informiert wird, dass die großen Brüder Verstärkung für ihre Gartenspiele bekommen haben. Daneben beinhaltet diese Aussage auch intertextuelle Bezüge: Unter Finnen weckt das Wort „hyökkäysketju“ (Angriffskette) gleich Assoziationen mit Eishockeyteam, was vom Deutschen abweicht, da sie lieber mit „Stürmer“ eher Fußball assoziieren. Dies kommt auch in der Selbstanzeige vor (s. Abb. 6), in der der humoristische Berufswunsch des Vaters „Fußball-Profi“ für sein Kind auftaucht. Hier geht es um konzeptuelle Äquivalenz, was bedeutet, dass man den gleichen Begriff in verschiedenen Kulturen unterschiedlich verbinden und interpretieren

kann (Hofmann 2008, 88). Der zweite Ansatz beinhaltet stattdessen eine symbolische Funktion: eine neue individuelle Spur ist auf die Welt gekommen. Der Schritt symbolisiert einen Übergang in die neue Situation oder einen Meilenstein, der erreicht wird. Wenn man die Schritte beschreibt, kann man auch über das Kontinuum sprechen, das zur nächsten Situation führt. In diesem Zusammenhang bedeuten die Schritte einen Übergang von der Gebärmutter zur Außenwelt – das Leben geht in einer neuen Umgebung weiter. Der dritte Einleitungsteil dient gleichzeitig zwei Funktionen: Er ist zwar wie ein Aphorismus⁵, aber er hat daneben auch eine einführende Funktion. Er spricht sich für die Entstehung des Menschen aus, aus welchen Elementen ein Mensch besteht und woher der Mensch kommt.

4.6 Ankündigungsteil

Wenn der Einleitungsteil den Leser in den Text einführt, beinhaltet der Ankündigungsteil die Funktion, sozusagen im Voraus über die Geburt zu informieren. Kennzeichnend für den Ankündigungsteil ist, dass ein Kind namens X einen kleinen Bruder oder eine Schwester bekommen hat oder ein Kind namens X jetzt große Schwester oder großer Bruder ist. Als Beispiel gibt es die Abbildung (7), in der die folgende Phrase auftaucht: „Kim ist jetzt große Schwester“. Dieser Satz fungiert als Ankündigung, die nicht direkt informiert, wer geboren ist, sondern die indirekt zeigt, dass es eine Veränderung im Leben von Kim gegeben hat: Kim ist nicht mehr das einzige Kind in seiner Familie.

⁵ Der Duden (2013) definiert *Aphorismus* als „prägnant-geistreicher, in sich geschlossener Sinnspruch Prosa, der eine Erkenntnis, Erfahrung, Lebensweisheit vermittelt“.



(NWZ, 17.11.2014.)

Abbildung 7. Ankündigungsteil in einer Geburtsanzeige

In den Geburtsanzeigen kommt auch der Ausdruck „X ist da!“ vor. Die folgenden Teile „Unsere kleine Schwester ist da“ und „Eleonore ist da“ werden in dieser Analyse für unterschiedlich gehalten, weil der erste Satz den Hinweis bekannt gibt, dass die Geschwister eine kleine Schwester bekommen haben, aber in dem zweiten Satz ist das Kind durch seinen Eigenamen identifiziert worden und dadurch wird direkt über die Geburt informiert. Deswegen fungiert die erste Formulierung als Ankündigung und die zweite gehört zum Mitteilungsteil (s. Abb. 8).



(NWZ, 27.9.2014.)



(NWZ, 22.11.2014.)

Abbildung 8. Ankündigungsteil vs. Mitteilungsteil

Insgesamt gibt es eine Ankündigung in 18% der deutschen Anzeigen, von denen über die Hälfte dem oben erwähnten Muster folgen (ein Kind namens X hat einen kleinen Bruder oder ist großer Bruder.). Dem zweitgrößten Teil dienen solche Sätze, in denen das Kind durch seinen Kosenamen erwähnt wird, wie z. B. „Unser zweiter Stern ist da!“.

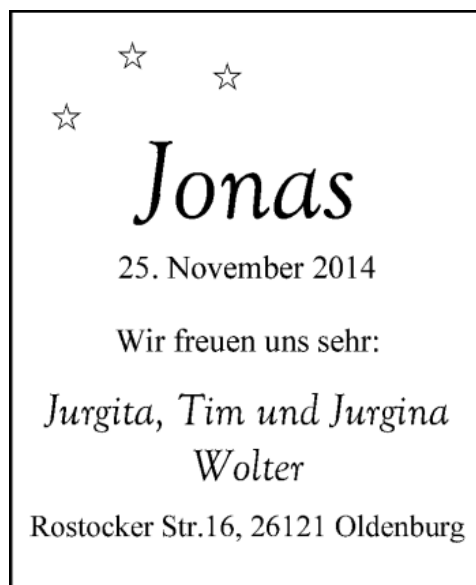
Die Ankündigung kommt stattdessen nur in fünf aller untersuchten 100 finnischen Anzeigen vor, in denen die gleiche Hauptinformation wie in den deutschen folgt: ein Kind namens X hat einen kleinen Bruder oder kleine Schwester bekommen. Nur eine Anzeige weicht vom „Standard“ ab, da der Ankündigungsteil lautet: „Serkuksia on jo aika monta!“ (Cousinen gibt es schon recht viele!), was sich darauf bezieht, dass alle Geschwisterkinder in dieser Anzeige dargestellt werden (s. mehr Kapitel 6.6). Die

Identifizierung der Neugeborenen erfolgt sowohl in den finnischen als auch in deutschen Anzeigen erst im Mitteilungsteil.

4.7 Mitteilungsteil

Der Mitteilungsteil beinhaltet die Hauptfunktion der Geburtsanzeigen, in dem informiert wird, dass ein Kind namens X geboren ist. In den analysierten deutschen und finnischen Anzeigen ist der Mitteilungsteil eines von den obligatorischen makrostrukturellen Elementen, da es in jeder Anzeige auftritt.

Es ist möglich, dass in den deutschen Anzeigen die Mitteilung mit Hilfe einer traditionellen Formulierung aufgebaut worden ist: „Unsere liebe Tochter wurde geboren/Wir freuen uns über die Geburt unseres Sohnes.“, aber er ergibt sich nur in 8% der deutschen Anzeigen (wie z. B. „Dankbar und übergücklich geben wir die Geburt unserer Tochter bekannt: Ella.“ (NWZ, 1.11.2014)). Der Trend der in den deutschen Anzeigen auftretenden Mitteilungsteile ist, dass nur der Name des Kindes ohne Ergänzungen mitgeteilt wird. Das Kind wird mit Hilfe seines Eigennamens präsentiert und dadurch als Individuum bezeichnet, wie in dem untenstehenden Beispiel (Abb. 9) zu erkennen ist. In den deutschen Anzeigen vermeidet man den Ausdruckstyp: „Wir freuen uns über die Geburt unseres Sohnes X“. (Vgl. Linke 2009: 50.)



(NWZ, 29.11.2014.)

Abbildung 9. Vereinfachte Geburtsanzeige: Kind als Individuum bezeichnet

In 92% der deutschen Anzeigen steht der Name des Kindes ganz allein, ist von anderen Textelementen abgetrennt und fett gedruckt. Charakteristisch für die deutschen Geburtsanzeigen ist, dass der Rufname des Kindes bekanntgegeben (60%) wird. Ob diese Kinder mehrere Namen haben, kann aus den untersuchten deutschen Anzeigen nicht erschlossen werden. In 40% aller deutschen Anzeigen nennt man den vollständigen Namen des Kindes. Obwohl das Kind mit dem Eigennamen in den meisten deutschen Anzeigen genannt wird, ist es möglich, dass das Kind neben seinem Eigennamen durch folgende Bezeichnungen genannt wird, wie durch

- relationale Personenbezeichnung (Mädchen, Kind)
- Verwandtschaftsbezeichnung (Sohn, Tochter, Schwester, Bruder usw.)
- Kosenamen (vgl. Linke 2009: 50).

Die relationale Personenbezeichnung spielt keine Rolle im Deutschen und sie kommt nur in einer Geburtsanzeige vor („Kind“ (NWZ, 11.10.2014)). Die Verwandtschaftsbezeichnung des Kindes taucht dagegen häufiger auf, was 22% der deutschen Anzeigen beträgt. Im Allgemeinen wird sie in dem Inserententeil bekannt gegeben, in dem die Inserenten ihre Freude über die Geburt des Kindes ausdrücken, wie in Abb. 10 zu sehen ist, in der das Kind als „Tochter“ bezeichnet wird.



(NWZ, 1.11.2014.)

Abbildung 10. Geburtsanzeige

Den Kosenamen des Kindes gibt es nur in 7% der deutschen Anzeigen. Die in den deutschen Anzeigen vorkommenden Kosenamen sind: „Stern“, „Sünnchien“ (Sonnenschein), „Prinzessin“, „Juwel“, „Maus“, „Jooni“-Bär und „Bauchzwerg“. Obwohl es ziemlich untypisch für die deutschen Anzeigen ist, den Kosenamen des Kindes mitzuteilen, können keine Schlussfolgerungen gezogen werden, dass Kosenamen in der deutschen Kultur unüblich wären. Denn nach der Untersuchung von Grieger (2013) hat jeder vierte Deutsche einen Kosenamen. Die am meisten verwendeten Kosenamen sind in Deutschland u. a. „Schatz“, „Maus“, „Hase“ und „Bär“ (Grieger 2013), von denen „Maus“ und „Bär“ auch in den untersuchten Anzeigen auftreten. Grieger (2013) belegt in seiner Untersuchung die folgende Geschlechterunterschiede: Die Frauen werden oft „Maus“ oder „Engel“ genannt, während die Männer „Bär“ heißen. Auch in den Korpora wurde das Mädchen „Maus“ und der Junge „Bär“ genannt, also nach den üblichen Geschlechtern verteilt. Welchen Kosenamen das Kind bekommen hat, beschreibt die Gefühle und die Einstellung der Eltern oder der ganzen Familie:

„Sünnchien“/„Stern“: das Kind bringt Freude und Licht

„Juwel“: Es wurde ein wertvoller Schatz geboren.

Wie zu sehen ist, sind alle diese Kosenamen mit freudigen Assoziationen und mit hochgeschätzten Bedeutungen zu verbinden. „Bauchzwerg“ bezieht sich dagegen auf

das Märchen: ein kleiner, winziger, mysteriöser und unbekannter Typ wohnt in dem Mutterleib der Mutter.

Im Vergleich zu den deutschen Anzeigen folgen die Mitteilungsteile der finnischen Anzeigen an den meisten Stellen dem gleichen Muster, das eher traditioneller als die deutsche Mitteilung ist. Ein beliebter Ausdruckstyp in den finnischen Anzeigen ist: „Rakas poikamme/tyttäremme syntyi xx“ (Unser lieber Sohn/unsere liebe Tochter wurde am xx geboren.), der insgesamt in 31% der finnischen Anzeigen auftritt. In allen finnischen Anzeigen wird der vollständige Name des Kindes mitgeteilt, was sich von den deutschen Anzeigen deutlich unterscheidet. Wie bereits erklärt, ist für die deutschen Geburtsanzeigen charakteristisch, dass der Rufname genannt wird. Im Gegensatz zu den deutschen tritt die Verwandtschaftsbezeichnung des Kindes viel häufiger in den finnischen Anzeigen auf, was auf 81% der finnischen Anzeigen zutrifft. Am meisten ergeben sich die Verwandtschaftsbezeichnungen „poika“ (Sohn 21%) und „tytär“ (Tochter 16 %) der Anzeigen. Die relationale Personenbezeichnung kommt selten auch in den finnischen Anzeigen vor (5%). Beachtenswert ist, dass die Kosenamen in den finnischen Anzeigen ziemlich häufig (24%) auftauchen, was sich von den deutschen Anzeigen deutlich unterscheidet. Es ist möglich, dass das Kind durch mehrere Bezeichnungen in einer finnischen Anzeige benannt wird, wie z. B. das Kind (in Abb. 11) durch die Verwandtschaftsbezeichnung „poikamme“ (unser Sohn), den Kosenamen „Ludde“ und auch durch die relationale Personenbezeichnung „lapsi“ (Kind) genannt wird.



(HS, 5.10.2014.)

Abbildung 11. Eine Musteranzeige über das Kind mit mehreren Bezeichnungen⁶

Die finnischen Kosenamen prägen einen persönlichen und individuellen Stil aus und nur in zwei Anzeigen taucht der gleiche Kosenamen „Juniori“ (Junior) auf. Kosenamen wie „Pikkubroidi“ (Brüderchen in Helsinki-Slang), „Peikkotyttö“ (Trollmädchen) und „Tex Willer“ sind ziemlich seltsam und verweisen auf konkrete Objekte. Wie aus dem Obengenannten hervorgeht, können die Kosenamen erfahrene Gefühle und Gedanken der Eltern oder der Geschwister über das Kind vermitteln. „Pikkubroidi“ deutet auf die Umgangssprache, die in der Hauptstadtregion von Helsinki gesprochen wird. Durch diesen Kosenamen kann man entdecken, dass die Familie des Kindes Helsinkier Identität hat. Die Familie anderswo in Finnland würde nicht „Pikkubroidi“ sagen, sondern lieber „Pikkuveli“ oder „Pikkuveikka“. Wenn das Baby „Trollmädchen“ genannt wird, ruft das unterschiedliche Assoziationen hervor. Das Trollmädchen bezieht sich auf das Märchenland und erweckt auch mystische Gedanken: Was alles hat so eine Kleine in ihrem tiefsten Innern – alles ist noch neu und es bringt sich eine neue Welt mit. Man kann z. B. erwarten, dass das Kind einen vollen Haarschopf und eine Stupsnase hat und dass seine Augen groß und dunkel sind. Für ein Trollmädchen ist

⁶ Unser Sohn „Ludde“ wurde am Muttertag 11.5.2014 geboren und hat den Namen Ludwig Luukas Kalervo bekommen. Glücklicherweise über ihr Kind, Eltern Suvi Maria Kilpeläinen & Henri Niittymäki.

auch charakteristisch, dass es temperamentvoll ist. „Tex Willer“ ist die Hauptfigur in einer italienischen Comic-Reihe. Sie ist eine starke Heldengestalt, die die Rechte mutig verteidigt. Wenn ein kleines Kind „Tex Willer“ genannt wird, kann man davon eine kleine humorvolle Erwartung der Eltern entdecken: Ihr Junge wird auch ein waghalsiger Held sein. Demnach kann man daraus die Schlussfolgerung ziehen, dass die Tex Willer-Comics offensichtlich zu den Interessen der Familie gehören.

Außerdem treten auch solche Bezeichnungen als Kosenamen in den finnischen Anzeigen auf, die durch Eigenkreation geschaffen worden sind: wie „Latuska“, „Ludde“ oder „Hömppä“, die nicht so assoziationsreich sind, wie die oben genannten Kosenamen. „Latuska“ kann flach oder platt bedeuten oder wenn man „Latuska“ als onomatopoetisch betrachtet, kann es von dem Verb „lallatella“ (lallen) kommen. „Hömppä“ bedeutet dagegen etwas Lustiges und Amüsantes. „Ludde“ hat eher nur eine onomatopoetische Verbindung, die mit dem Verb „lutkuttaa“ (lutschen) zu einem Zusammenhang verbinden kann.

Es ist möglich, dass das Kind neben den verschiedenen Benennungen durch Adjektive beschrieben wird, was für die finnischen Anzeigen sehr typisch ist. Wie zu den Konventionen der Todesanzeigen gehört, dass man den Verstorbenen mit positiven Ausdrücken beschreibt (Piitulainen 1993: 161), kann in der Geburtsanzeigen bemerkt werden, dass bei der Mitteilung des Kindes immer positive und emotionale Adjektive verwendet werden. Die Attribute tauchen fast gar nicht in den deutschen Anzeigen auf, für die es kennzeichnend ist, dass nur der Name des Kindes mitgeteilt wird. (S. Beispiele 8; 9.) Nur in 3% der deutschen Anzeigen tritt das Attribut „klein“ auf, das auf zwei Fälle im Mitteilungsteil zutrifft und in einem Fall im Einleitungsteil vorkommt. Im Vergleich zum Deutschen wird das Kind im Finnischen in 71% der Anzeigen mindestens durch ein Adjektiv beschrieben. Das am häufigsten auftretende Adjektiv ist „rakas“ (lieb), das 41% der finnischen Anzeigen betrifft (im Zusammenhang mit anderen Adjektiven 45%). Andere charakteristische Attribute der finnischen Anzeigen sind die Attribute wie „suloinen“ (süß, 9%), „ihana“ (schön, 5%) und „pieni“ (klein, 4%). Die folgenden Adjektiven wie z. B. „hurmaava“ (bezaubernd), „urhea“ (tapfer),

„mahtava“ (toll), „iloinen“ (fröhlich) und „upea“ (prächtig) tauchen nur einmal in den finnischen Anzeigen auf.

Der Platz der Mitteilung variiert innerhalb der Zeitung. In den deutschen Geburtsanzeigen befindet der Mitteilungsteil sich entweder am Anfang oder in der Mitte der Anzeigen. In den meisten Fällen steht die Mitteilung gleich am Anfang in den finnischen Anzeigen, aber wenn es ein Bild in der Geburtsanzeige gibt, folgt der Mitteilungsteil häufig nach dem Bild. Zu den Konventionen gehört, dass der Name des Kindes sowohl in den deutschen als auch in den finnischen Anzeigen größer geschrieben wird und von den anderen Textelementen abgetrennt ist.

4.8 Informierung des Geburtsdatums

Das Geburtsdatum befindet sich in jeder deutschen und finnischen Anzeige und es ist eine von den wichtigsten Informationen neben dem Mitteilungsteil in den Anzeigen, wie zu erwarten war (s. Kapitel 2.1). In allen deutschen Anzeigen wird das Geburtsdatum durch das Sternchen markiert und es wird vermieden, über die Geburt zu sprechen. Dieses unterscheidet sich vor allem von den finnischen, in denen das Verb „syntyä“ („geboren werden“) ständig auftritt. In einigen deutschen tritt auch die Geburtszeit auf, diese wird aber nur in einer von den finnischen Anzeigen bekanntgegeben.

In den finnischen Anzeigen wird das Geburtsdatum durch einen syntaktisch fast vollständigen Satz angezeigt, denn nur das abschließende Satzzeichen fehlt (s. z. B. Abb. 2; 6). Kennzeichnend für die Sätze ist, dass man das Verb „syntyä“ („geboren werden“) verwendet, das sich in 94% der finnischen Geburtsanzeigen befindet. In zwei Anzeigen taucht das Verb „saada“ (bekommen) auf. Wie die Geburt bewertet wird, könnte man an den verwendeten Verben betrachten und dadurch eine Analyse durchführen. Aber die Korpora der vorliegenden Arbeit ist zu klein, um dieses zu untersuchen. Als Beispiel können die folgenden Ausdrücke dargestellt werden, obwohl sie nur einmal in den Korpora der analysierten finnischen Anzeigen vorkommen:

„vauhdilla maailmaan“ („mit Schwung auf die Welt“ (HS, 12.10.2014))
„kiiruhti maailmaan“ („hat sich beeilt auf die Welt zu kommen“ (HS, 12.10.2014))
„saapui luoksemme“ („ist bei uns eingetroffen“ (HS, 12.10.2014)).

Die oben erwähnten Ausdrücke funktionieren als auch Euphemismen für Geburt.

4.9 Bild

Bei Betrachtung der Geburtsanzeigen kann man sich nicht nur auf die rein sprachliche Seite konzentrieren, sondern auch der Zusammenhang zwischen dem Text und dem Bild soll auch berücksichtigt werden, da die Bilder auch eine Funktion haben (vgl. Janich 1999:184). In der vorliegenden Arbeit werden die Bilder als Oberbegriff von Fotos, Zeichnungen und Symbolen verstanden. Die Bilder ermöglichen, sich von der Menge der Geburtsanzeigen in der Zeitung zu unterscheiden: Je unterschiedlicher das Bild ist, desto mehr erweckt es Interesse bei den Lesern. Bei Betrachtung der in den Korpora vorkommenden Geburtsanzeigen habe ich bemerkt, dass wenn es ein Bild in der Anzeige gibt, richtet sich der Blick zuerst auf das Bild. Hier hat das Bild eher eine Stimmung schaffende Funktion oder es dient als konnotative Ergänzung (Janich 1999: 185), da die Texte der Geburtsanzeigen an sich verständlich sind.

In 79% der untersuchten deutschen Anzeigen gibt es ein Bild. Die meisten Bilder stammen von Inserenten (48 %) und 31% der Bilder sind Musterbilder der *Nordwest-Zeitung*. Zum größten Teil ist das Kind allein (34%) im Bild und in 6% der Anzeigen gibt es das Kind zusammen mit seinem(/-n) Geschwister(-n). In 12% der deutschen Anzeigen befindet sich ein bildlicher Hintergrund, was bedeutet, dass es traditionellere Bilder wie Schmetterlinge, Sterne und Blumen im Hintergrund der Anzeige gibt und dass sie die Anzeige auffälliger machen. Das Hauptthema der vorkommenden Zeichnungen sind die kindlichen Strichmännchen. Neben dem Foto des Kindes tauchen auch andere Fotos wie Füße, Hände, Schuhe und Teddybären auf. Das untenstehende Kreisdiagramm (Abb. 12) veranschaulicht die Verteilung der Bilder in den deutschen Geburtsanzeigen:

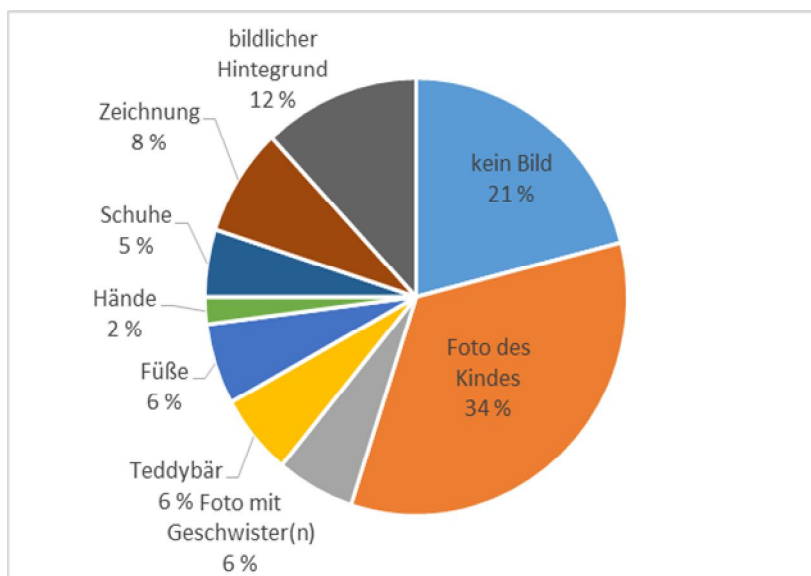


Abbildung 12. Die Streuung der Bilder in den deutschen Anzeigen

Bemerkenswert ist die Verbindung von Farbe und Geschlecht in den deutschen Anzeigen. Über die Geburt eines Mädchens wird häufig mit dem roten, rosa oder lila Rahmen informiert (s. Abb. 8) und eines Jungen mit blauem (s. Abb. 6). Zu den Farben Grün, Beige, Schwarz-Weiß-Kombination passen dagegen die beiden Geschlechtsteile. Als geschlechtsneutrale Bildsymbole stehen Sterne, Füße, Schuhe und Teddybären. Aber Blumen erscheinen nur in den Geburtsanzeigen der Mädchen.

Im Gegensatz zu deutschen Anzeigen gibt es in 89% aller finnischen Anzeigen ein Bild. Am häufigsten gibt es ein Foto des Kindes, was auf 52% der Fälle zutrifft. In zwei Anzeigen steht das Kind zusammen mit seinen Geschwistern. Die restlichen Bilder sind Musterbilder der HS, die die Inserenten je nach ihrem Interesse gewählt haben. Dem zweiten größten Teil der allen Bilder dienen die Schritte. Fast ebenso häufig kommen das Küken und die Schuhe vor. Daneben tauchen auch einzelne Bilder auf, die zur Gruppe „Sonstiges“ gehören, wie z. B. der Teddybär, die Wiege, das Auto und das Schaukelpferd.

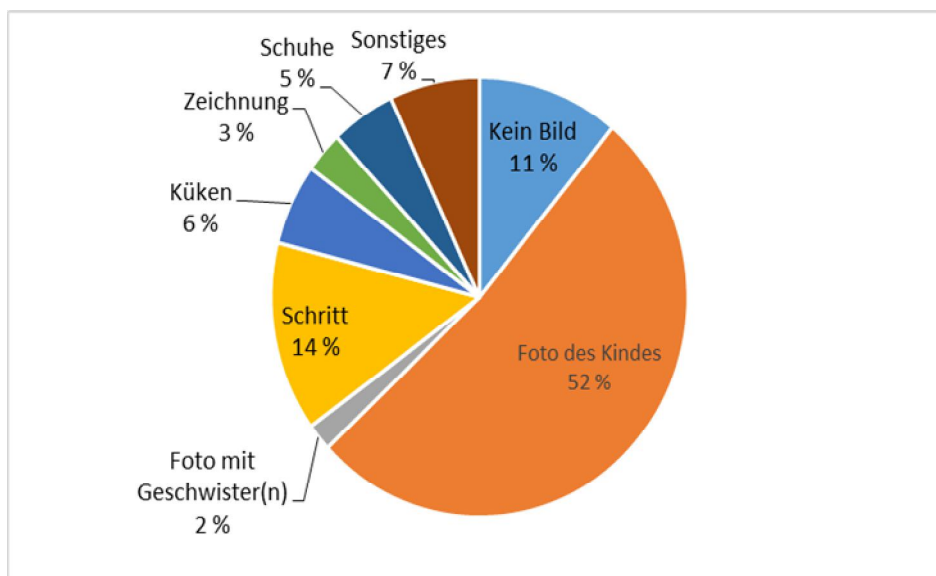


Abbildung 13. Die Streuung der Bilder in den finnischen Geburtsanzeigen

Überraschend ist, dass die farblichen Symbole nicht so direkt in den finnischen Anzeigen zu sehen sind. Es gibt keine farbliche Rahmen oder Hintergründe in den Geburtsanzeigen, die die Farben den Geschlechtern zuordnen. Was farblich in den Anzeigen ist, sind die Kleidungen der Kinder. Einige Symbole werden nach dem Geschlecht verteilt, wie z. B. das Auto für Jungen. In 11% der finnischen Anzeigen ist das Kind ohne Kleidungen auf dem Foto, was in den deutschen Anzeigen völlig fehlt. Wahrscheinlich wirkt darauf die finnische Saunakultur oder die Veröffentlichung der deutschen Geburtsanzeigen im Netz, weshalb solche Bilder nicht in den deutschen Geburtsanzeigen vorkommen. Nach Möhring (2015) gehört die Nacktheit eher zur Normalität in Skandinavien als in anderen Regionen. Im Allgemeinen wird die Nacktheit u. a. mit Scham und mit Armut verbunden, aber hier ist sie eher ein Symbol der echten Natürlichkeit.

Sowohl in den deutschen als auch in den finnischen Anzeigen tauchen dieselben konventionellen Symbole wie Teddybär, Schuhe und Schritte auf. Aber was symbolisieren sie eigentlich? Der Teddybär ist ein Stück westlich geprägter Kultur, eine Bindungsobjekt, das Geborgenheit, Wärme und Nähe vermittelt und das Trost und Ermutigung symbolisiert (Selle 2007: 89, 95, 97). Deshalb kann man denken, dass der Teddybär eine schützende, tröstende und zärtliche Rolle auf dem Lebensweg des

Kindes spielt. Die Schuhe und Schritte sind stattdessen ein Symbol des Übergangs in eine neue Situation, wie bereits im Kapitel 4.1 beschrieben worden ist. In den finnischen Anzeigen tauchen auch die Bilder von den Küken auf. Das aus der halben Eierschale guckende Küken informiert über die Veränderung: aus dem Ei schlüpft Leben. Und in diesem Zusammenhang bedeutet es: aus dem Bauch mitten in die Welt. Die symbolische Deutung des Eies als Fruchtbarkeit und als Leben ist weltweit bekannt geworden (s. z. B. Zeit 2008).

Die Werbepsychologen haben untersucht, dass die Bilder als wichtiger Blickfang wirken. Normalerweise werden sie zuerst bemerkt und rascher als Texte inhaltlich begriffen. Besonders die Bilder erregen Aufmerksamkeit und helfen bei der Darstellung der Produkte. Daneben vermitteln die Bilder emotionale Inhalte und erhöhen die Erinnerungswirkung. (Janich 1999: 58.) In Werbeanzeigen können drei verschiedene Bildelemente unterschieden werden: das Key- („Schlüsselbild“), das Catch- („Blickfänger“) und das Focus-Visual (einzelne kleinere Bildelemente) (Zielke 1991: 81–84), von denen nur das Schlüsselbild und der Blickfänger hier kurz erläutert werden, da sie eine zentrale Rolle spielen, wenn man sich mit den Geburtsanzeigen beschäftigt.⁷ Das Schlüsselbild bedeutet die eigentliche Produktabbildung. Unter dem Blickfänger versteht man die Bildumgebung des Produkts. Der Blickfänger richtet die Aufmerksamkeit auf das Produkt selbst und lenkt dadurch auch die Interpretation der Werbeaussage. Wenn es keine Bildumgebung gäbe, könnte das Produkt möglicherweise unattraktiv einwirken. Das Produkt erweckt bestimmte Assoziationen und Konnotationen, wenn es in eine bestimmte Umgebung eingebettet ist oder mit bestimmten Accessoires dargestellt wird. (Janich 1999: 59.)

Wenn ich jetzt diese oben erklärten Theorien auf die Geburtsanzeige anwende, funktioniert das Kind als „Produkt“. In welcher Bildumgebung und mit welchen Accessoires das Kind dargestellt wird, wird hier nun erörtert. Die Fotos haben eine emotionale stimmungsschaffende Rolle in den Geburtsanzeigen. Die Hilflosigkeit, die Kleinheit und die Niedlichkeit des Kindes kommen deutlicher durch das Foto als durch

⁷ Diese drei Begriffe stammen aus der Werbesprache, aber sie werden auf die Textsortenanalyse der Geburtsanzeigen angewendet. Das ist möglich, weil die „Werbung“ auch eine Textsorte ist.

den Text vor und sie erwecken Gefühle. Die Anzeigen, in denen es kein Foto von dem Kind gibt, sondern in denen sich ein Symbol befindet, fungieren als Bindungsobjekte. In den meisten deutschen und finnischen Anzeigen ist das Kind allein auf dem Foto. Wenn es Geschwister auf dem Foto gibt, fungieren sie als Blickfänger: Zuerst lenkt man den Blick auf sie und danach auf das Kind selbst. (S. Abb. 8.) Auf einigen deutschen Fotos liegen um das Kind die Kuscheltiere herum, die man zuerst erkennt und erst danach richtet sich die Aufmerksamkeit auf das Kind. Die Umgebung, in der das Kind liegt, sieht auf allen Bildern gemütlich aus: die Kinder wirken ruhig und haben eine wohlfühlende Miene. Wenn es auf dem Foto das Kind allein liegt, d. h., dass man das Foto so zurechtgeschnitten hat, dass man sich auf die Mimik des Kindes konzentriert. Dadurch hat man versucht ein einzigartiges Bild zu machen, obwohl die Umgebung nicht sichtbar ist.

Wenn man die Fotos der deutschen und finnischen Anzeigen betrachtet, kann man den Trend bemerken, dass die Kinder als Statussymbol fungieren: „Man zeigt, was man sich leisten kann (Dückers 2011)“. Die Familie zeigt ihre „bessere“ Seite des Lebens: Die Kinder lächeln, sehen zufrieden und gesund aus und sind gut gekleidet. Es ist auch zu sehen, dass man zeigen will, was jetzt gerade wichtig ist: Familie, die Geschwister und die sich wohlfühlenden Kinder. Daneben geben die Fotos einen öffentlichen Blick in das private Leben der Familie.

Ein neues Phänomen ist, dass das Baby für manche Eltern ein Projekt ist, in das man viel Geld investiert. Dieses Phänomen kommt auch im Fotografieren von Neugeborenen vor: die Eltern lassen ihr Kind in seinen ersten zwei Lebenswochen fotografieren. Ein typischer Kunde ist eine solche Familie, die entweder ihr erstes Kind hat oder die nicht die Möglichkeit benutzt haben, als ihr erstes Kind klein war. Am symbolischen Konsum – wenn man dem Kind etwas Schönes und Teures kauft, können die anderen sehen, dass das Kind seinen Eltern wichtig ist. (Pajari, 2014.) Auf vier Bildern von den finnischen Anzeigen haben die Eltern ihr Kind im Studio fotografieren lassen. Wie im untenstehenden Beispiel (Abb. 14) haben die Inserenten ihre kleine *Lia Elina* im Studio fotografieren lassen.



(HS, 5.10.2014.)

Abbildung 14. Das im Studio fotografierte Kind⁸

Das Kind ist in eine weiße Decke gewickelt. Der Fotografin ist gelungen, den Blick des Kindes zu fangen, der ziemlich kurzfristig unter zweiwöchigen Neugeborenen ist. Die Haut des Kindes ist glatt, die Falten und Poren sind getilgt. Die Gesichtszüge sind hervorgehoben worden. Wenn man das Foto anschaut, richtet sich der Blick zuerst auf das Gesicht des Kindes und danach auf den Namen.

Wie die Bilder sich in deutschen Anzeigen befinden, kann man zwei unterschiedliche Weisen erkennen: Das Bild kann räumlich von dem anderen Text abgetrennt sein oder es kann im Hintergrund der Anzeige liegen. Der Platz des Bildes variiert sich innerhalb der Zeitung: das Bild kann gleich am Anfang, in der Mitte der Anzeige, auf der rechten oder linken Seite der Anzeige oder im Hintergrund der Anzeige stehen – es gibt also keinen festen Platz. Kennzeichnend für die Bilder der finnischen Anzeigen ist, dass sie räumlich von dem anderen Text abgetrennt worden ist und immer gleich am Anfang steht. Aber eine Anzeige macht eine Ausnahme, da das Bild (die Schritte) im

⁸ Foto: Laura Schneider. Unsere liebe schöne Tochter wurde am 1.8.2014 geboren und hat den Namen Lia Elina bekommen. Danke für die Paten, die Großeltern und die Festgäste! Überglückliche Eltern Kati Anttila & Teemu Alastalo.

Hintergrund der Anzeige liegt, sonst haben die Bilder einen festen Platz in den finnischen Geburtsanzeigen, was sich von den deutschen Anzeigen deutlich unterscheidet.

4.10 Informationsteil

Zum Informationsteil gehören Mitteilungen, über die man extra neben der Geburt informiert, wie Taufe, Fest der Namensgebung, Größe und Gewicht des Kindes. Am Ende des Kapitels werden einige finnischen Anzeigen dargestellt, die eine Seltenheit sind.

Charakteristisch für die deutschen Anzeigen ist, dass die Größe und das Gewicht des Kindes in 75% der deutschen Anzeigen mitgeteilt werden. Dieses betrifft nur 6% der finnischen Anzeigen. In allen Fällen werden die Daten gleich nach dem Geburtsdatum dargestellt. Man könnte sich wundern, warum man die Daten auf die Geburtsanzeige schreibt, aber die Mitteilung der Daten sind zur Gewohnheit geworden, wenn man über die Geburt informiert. Das neue Familienmitglied ist noch neu und klein, was man über es weiß, ist noch ziemlich gering. Diese Daten können Hinweise z. B. darauf sein, dass alles in Ordnung ist, d. h., dass das Kind kein Frühchen ist. Dazu können die Daten den anderen helfen, sich ein Bild von dem Kind zu machen.

Wie bereits erwähnt, ist das Ziel der Geburtsanzeigen, über die Geburt des Kindes zu informieren. Aber es ist auch möglich, dass ein Text gleichzeitig mehrere Ziele hat, anders als eine reine Textsorte voraussetzt. In einen solchen Fall handelt es sich um eine Textsortenmischung. Anhand dieser These kann festgestellt werden, dass die deutschen Geburtsanzeigen zur reinen Textsortengruppe gehören, weil sie nur über die Geburt eines Kindes informieren. Dagegen haben die finnischen häufig zwei Aufgaben: erstens wird über die Geburt und zweitens über die Taufe oder über die Namensgebung informiert. Die Mitteilung über die Taufe oder das Fest der Namensgebung kommt überhaupt nicht in den deutschen Anzeigen vor, während sogar 79% der finnischen Anzeigen entweder über das Tauffest oder das Fest der Namensgebung des Kindes

informieren. In der finnischen Kultur ist es üblich, dass die Eltern den Namen des Kindes oft bis zum Fest der Taufe oder Namensgebung verheimlichen und den Namen des Kindes erst beim Tauffest oder beim Fest der Namensgebung öffentlich nennen. Normalerweise findet das Fest innerhalb der ersten zwei (drei) Monate statt. Deswegen wird das Kind häufig bis zum Fest mit dem Kosenamen oder mit „Baby“ angeredet. Dies ist wahrscheinlich der Grund dafür, warum die Namensgebung oder die Taufe eine zentrale Rolle in den finnischen Geburtsanzeigen spielen.

Eine eingebürgerte Phrase „sai kasteessa nimen“ („Wurde auf den Name X getauft“ kommt in den finnischen Anzeigen ziemlich oft vor, die bei 37% liegt. Ein sachlicher Ausdruck für die Geburt und die Bekanntgabe der Namen wäre nach Kolehmainen (2012) z. B. der folgende Ausdruck „12.8.2003 syntynyt poikamme Niko Petteri vietti kastejuhlaansa (t. kastettiin) 18.10.2003“ („Unser Sohn Niko Petteri wurde am 12.8.2003 geboren und am 18.10.2003 getauft/hat sein Tauffest am 18.10.2003 gefeiert.“). Denn das Kind wird nach der christlichen Lehre durch die Taufe Mitglied der christlichen Gemeinde. (Kolehmainen 2012.)

In einer finnischen Anzeige wird auch das Geburtsdatum des zweiten Kindes der Familie genannt. Dies kann ein Hinweis darauf sein, dass das Neugeborene wahrscheinlich das letzte Kind in der Familie ist und die Eltern gleichzeitig ihre anderen Kinder anzeigen wollen. In einer Anzeige stehen die Eltern zweier Familien als Inserenten: Die Anzeige stellt alle Kusinen dar (die Mütter der Familien sind Geschwister). Auf die gleiche Weise informieren die Großeltern in einer Anzeige über die Geburt aller ihrer Enkelkinder (Geburtsdaten aller Enkelkinder werden genannt). In einer finnischen Anzeige wird zuerst mitgeteilt, dass der Opa vor 60 Jahren am Tag der Veröffentlichung der Geburtsanzeige geboren wurde und dass er jetzt einen Enkelsohn hat. Diese Anzeige beinhaltet gleichzeitig zwei Funktionen: sie hebt den Geburtstag des Opas hervor und informiert über die Geburt sein Enkelkindes. Auf dem Bild dieser Anzeige befindet sich die Schritte – wieder neue Meilensteine sind erreicht worden: Der Opa hat einen runden Geburtstag und sein Enkelkind ist auf die Welt gekommen. Derartige Geburtsanzeigen fehlen vollkommen in den deutschen Geburtsanzeigen, in denen nur über das Geburtsdatum des neugeborenen Kindes berichtet wird.

4.11 Gedichtteil

Eines der zentralen Themen der Gedichte ist das Wunder des neuen Lebens. Auch die Fürsorge und die große Verantwortung spielen eine zentrale Rolle in den Gedichten. Der andere Blickwinkel der Gedichte ist, dass sie sich auch auf die Veränderung des Lebens beziehen. Der Spruchteil ergänzt den Mitteilungsteil, weshalb die Inserenten die Möglichkeit haben, ihre Gefühle auszudrücken. In den Gedichten kann man drei unterschiedliche Typen der Sprecherperspektive entdecken: die „Du-“, die „Wir-“, und die „Es“-Perspektive. Die untenstehenden Beispiele sind deswegen hier ausgewählt, weil sie sich in einigen deutschen Geburtsanzeigen wiederholen. In zwei Anzeigen kommen die „Ich“- und „Er“-Perspektive vor, aber weil sie nur einmal auftauchen, stelle ich diese Gedichte hier nicht dar.

Du-Perspektive: Das Kind wird direkt mit dem „Du“ in dem Gedicht angesprochen. Diese Sprecherperspektive taucht auch in finnischen Geburtsanzeigen auf:

Da werden Hände sein, die Dich tragen
und Arme, in denen Du sicher bist
und Menschen, die Dir ohne Fragen
zeigen, dass Du willkommen bist.

Oder „Du“ kann sich auch auf einen Elternteil beziehen, wie in dem untenstehenden Gedicht zu bemerken ist. Gleichzeitig kommt in dem Gedicht die „Es“-Perspektive vor, die auf das Kind verweist.

Nimm ein Kind an die Hand und lass Dich von ihm
führen. Betrachte die Steine, die es aufhebt und höre zu,
was es Dir erzählt.
Zur Belohnung zeigt es Dir eine Welt, die du längst
vergessen hat.

Wir-Perspektive: Mit der Wir-Perspektive ist häufig eine auf das Kind bezogene Du-Perspektive verbunden. Die Wir-Perspektive deutet auf die Eltern des Kindes hin. Diese Perspektive kommt auch in einer finnischen Anzeige vor:

Zuerst hatten wir uns
dann hatten wir Dich
nun haben wir alles

Die Es-Perspektive bezieht sich auf das Kind:

Ein Kind, das ist Liebe, die Gestalt angenommen hat.
Es ist Glück, für das es keine Worte gibt,
es ist eine kleine Hand, die zurückführt in eine Welt,
die man vergessen hat.

Der Gedicht- oder Spruchteil scheint in deutschen Anzeigen wichtig zu sein, denn er tritt in 34% der Anzeigen auf. In den deutschen Geburtsanzeigen werden die Gedichts- bzw. Spruchteile typographisch entweder durch Kursivierung oder räumlich von dem anderen Text abgetrennt. Die in deutschen Geburtsanzeigen vorkommenden Gedichte vermitteln die Nachricht davon, wie das Kind eine neue Welt mitbringt. Wie z. B. in dem zweitgenannten Gedicht zu sehen ist: Das Kind lehrt die Eltern, den Alltag mit anderen Augen zu sehen. Es bringt den Eltern sozusagen die Schönheit des Alltags bei. Die in den deutschen Geburtsanzeigen vorkommenden Gedichten oder Sprüche enthalten einheitliche Themen und es ist möglich, dass das gleiche Gedicht/der Spruch in einer anderen Anzeige auch auftritt wie z. B.:

„Wenn aus Liebe Leben wird.“ („...enthält das Glück einen Namen“) (NWZ, 11.10.2014; 15.11.2014; 22.11.2014.)

„Manches beginnt groß, manches beginnt klein und manchmal ist das Kleinste die Größte.“ (NWZ, 20.9.2014; 11.10.2014; 20.11.2014.)

In dem ersten Gedicht wird das Kind als „Frucht der Liebe“ bezeichnet – die Liebe bringt neues Leben. Das zweite Gedicht bezieht sich darauf, dass was aus einem kleinen Anfang entsteht, kann auch groß werden. Manche großartigen Dinge brauchen keinen mächtigen Anfang, damit sie großartig werden. Daneben treten auch solche Ausdrücke der Gedichte auf, die indirekt äußern, dass es in der Familie schon andere Kinder gibt, z. B.:

„Es gibt Momente im Leben, die auch in ihrer Wiederholung nichts vom Zauber verlieren“. (NWZ, 11.10.2014; 22.11.2014.)

Die Wörter wie „Momente“ und „Wiederholung“ deuten darauf hin, dass dieses Familienereignis nicht das erste Mal in der Familie geschieht. Die Nennung des Dichters kommt selten in den deutschen Anzeigen vor (2%). Nur ein Gedicht stammt aus einem Musikstück von Rolf Zuckowski⁹ („Ich habe dich lieb...“), dessen Name auch in der Anzeige steht.

⁹ Rolf Zuckowski (1947-) ist deutscher Komponist und Musiker von Kinderliedern.

Nur in 9% aller finnischen Anzeigen steht ein Gedicht oder einen Spruch und sie werden räumlich von dem anderen Text abgetrennt. Der Platz des Gedichtteils variiert innerhalb der Zeitung: er kann gleich am Anfang oder nach dem Mitteilungsteil vor dem Inserenten stehen. In einer Anzeige befindet sich das Gedicht am Ende nach den Inserenten. Häufig sind die Eltern das „Sprecher-Ich“ in den finnischen Geburtsanzeigen. Vier Gedichte der finnischen Geburtsanzeigen verweisen deutlich auf Musikstücke. Ein Spruch stammt von P. Mustapää, dessen Name von großer Seltenheit in der Geburtsanzeige unter dem Zitat steht: „Olet kaunein, mitä tiedän, olet kaunein, mitä on.“ (Du bist das Schönste, was ich weiß, du bist das Schönste, was es gibt. (HS, 7.9.2014.)) Dieses Musikstück ist eigentlich ein Liebeslied, aber hier bezieht sich das „Du“ auf das Kind und dadurch erläutert die Mutterliebe oder die Eltern-Kind-Beziehung. Der zweite Spruch ist offensichtlich eine Nachbildung von Irwin Goodmans¹⁰ Lied „Tytö tuli“ (Ein Mädchen kam):

„tyttö tuli, sydän sulii“ (Ein Mädchen kam, mein Herz schmolz (HS, 7.9.2014)), der ein bisschen von der ursprünglichen Form abweicht („tyttö tuli ja mun syömmeni sulii“). Dieses Musikstück hat Goodman getextet, als seine erste Tochter geboren wurde und es erzählt davon, wie die Tochter sowohl der Stolz als auch der Augapfel des Vaters ist. Das Wunder des Kindes ist das Hauptthema in zwei finnischen Anzeigen, aber das Wunder wird auf unterschiedliche Weise ausgedrückt. In dem ersten Gedicht bezieht sich das Wunder auf das Wesen des Kindes (wie wird das Kind beschrieben?) und es kommt auch vor, dass die Eltern von Kind geträumt haben („uniemme lapsi“ Kind unserer Träume) und dass sie es erwartet haben:

„Luonamme pieni uniemme lapsi, niittyvillan hatuvaa on hienoinen hapsi.“
(Bei uns das kleine Kind unserer Träume, dessen Haar Moor-Wollgras ist. (HS, 28.9.2014.))

In dem zweiten Gedicht bewundern die Eltern ihre neue Lebenssituation, die Eltern stehen vor dem neuen Wunder. Obwohl diese Familie weitere Kinder hat, hat die Geburt des neuen Familienmitglieds den Wert nicht verloren.

”Kaikki on ihmettä uutta, kaikki on valoisaa. Ilomme valtavuutta kuka voi aavistaa?” („Alles ist wunderbar und neu. Alles ist hell. Wer kann unsere Freude ahnen?“ (HS, 12.10.2014.))

¹⁰ Irwin Goodman (Antti Yrjö Hammarberg) war ein Finnischer Folkmusiker (1943-1991).

Die in den Geburtsanzeigen auftretenden Bilder und Gedichte/Sprüche haben häufig einen Zusammenhang. Zum Beispiel in einer finnischen Anzeige thematisiert das Gedicht Nestbau („Rakensimme sinulle pesän heinikkoon, kaislikon viereen“ Wir haben dir ein Nest ins Grasland neben dem Schilf gebaut. (HS, 21.9.2014)) und auf dem Bild dieser Anzeige gibt es ein Nest, aus dem ein kleines Küken guckt. Der Begriff *Nestbau* bezieht sich auf das Bedürfnis der Mutter in den letzten Wochen vor der Geburt des Kindes, u. a. die Wohnung zu reinigen, Ordnung in ihre Sachen zu bringen und begonnene Projekte zu schließen. Diese Verhaltensweisen werden als Nestbau verstanden. Offensichtlich liegt der evolutionäre Nutzen des menschlichen Nestbaus darin, eine gesicherte Umgebung für die Geburt und den Aufbau einer nachgeburtlichen Bindung zum Kind zu schaffen. (Euler 2014.) So impliziert das Gedicht auch das, dass die Familie sich auf die Geburt vorbereitet hat: das Nest wurde schon vor der Geburt fertig gebaut.

4.12 Danksagung

Wie schon in Kapitel 2.1 beschrieben worden ist, ist die dominierende Textfunktion der Geburtsanzeigen die Mitteilung, aber die Inserenten können auch andere implizite Intentionen haben, wie Danksagung oder die implizite Aufforderung, um Gratulationen und Geschenke zu bekommen. Die Dankeswörter werden nur in 11% der deutschen Anzeigen ausgedrückt. In dem größten Teil der Dankeswörter wird für die Glückwünsche und für die Geschenke zur Geburt des Kindes gedankt. In 2 % der Anzeigen wird ein Dankeschön an die Hebamme gerichtet und ihr Name wird dabei auch genannt. In einer deutschsprachigen Anzeige wird dem Team eines Krankenhauses gedankt. Demnach wird in einer Anzeige den Großeltern für ihre Unterstützung gedankt.

Kennzeichnend für die finnischen Geburtsanzeigen sind die Dankeswörter, die sogar in 49% Prozent aller Anzeigen unterschiedlich formuliert sind. Der große Anteil der Danksagungen in den Geburtsanzeigen spiegelt die finnische Babykultur, die die folgende drei Phänomene erklären: die alte „Rotina“-Tradition, der spätere Zeitpunkt

der Veröffentlichung der Geburtsanzeige und die Mitteilung des Tauffestes oder des Festes der Namensgebung. In Finnland ist es üblich, dass die Verwandtschaften, Freunde und Nachbarn nach der Geburt zu Besuch kommen und dass sie der Mutter Backwaren und dem Kind Kleidungen bringen. Dieses wird „Rotina“-Tradition genannt. Demnach hat das Alter der angezeigten Kinder eine größere Wirkung: In 49% der finnischen Anzeigen sind die Kinder zwei bis drei Monate alt, während die Kinder in den meisten deutschen Anzeigen erst zwei bis vier Wochen alt sind (50%), weshalb die finnische Familie vermutlich schon mehr Geschenke und Glückwünsche als die deutsche bekommen hat. Und der letzte Grund ist das Tauffest oder das Fest der Namensgebung, das schon vor der Veröffentlichung der Geburtsanzeige stattgefunden ist. Diese können Gründe dafür sein, warum es mehr Danksagungen in den finnischen als in den deutschen Anzeigen gibt.

In 35% aller finnischen Anzeigen wird explizit genannt, wem gedankt wird, wie z. B. Paten, Großeltern, Verwandten oder Freunden. In 5% aller finnischen Geburtsanzeigen wird neben den Paten und den Großeltern den Festgästen gedankt. In diesem Zusammenhang bezieht sich „Festgäste“ entweder auf das Tauffest oder auf das Fest der Namensgebung. In drei Anzeigen aller untersuchten 100 Anzeigen wird auch ein Dankeschön an den Pastoren gerichtet. Hierzu kann man feststellen, dass die finnischen Geburtsanzeigen möglicherweise drei unterschiedliche Funktionen erfüllen können: Erstens informieren sie über die Geburt, zweitens über das Tauffest oder das Fest der Namensbenennung und drittens erlauben sie als eine Danksagung gegenüber den Festgästen und Anderen, die die Familie bedacht haben.

Einige Dankeswörter sind stilistisch nicht korrekt formuliert, weil der Stil eher zu einem Trauertext oder zur Traueranzeige gehört (z. B. „Kiitos kaikille perhettämme muistaneille“ Vielen Dank allen, die unsere Familie bedacht haben). Andere Formulierungsmöglichkeiten wären zum Beispiel die folgenden neutralen Dankeswörter, die in den untersuchten finnischen Geburtsanzeigen vorkommen

„Kiitämme kummeja, isovanhempia, sukulaisia ja ystäviä ilomme jakamisesta!“ Wir danken den Paten, den Großeltern und dem Freundeskreis für die Unterstützung und die Anteilnahme an unserer Freude.“ (HS, 7.9.2014.)

„Kiitos kummit, isovanhemmat, suku ja ystävät!“ (Danke für die Paten, die Großeltern, die Verwandte und die Freunden! (HS, 28.9.2014.))

In einer Anzeige drückt das Kind die Dankeswörter aus: „Dani kiittää kaikkia häntä muistaneita!“ (Dani dankt allen, die ihn bedacht haben! (HS, 19.10.2014)), was von dem konventionellen Muster der finnischen Anzeigen abweicht, in dem die Eltern als Sprecher-„Ich“ der Danksagungen sind. Länsimäki (1996) hebt hervor, dass die Inserenten die alte Tradition erneuern könnten und statt „meitä muistaneita“ (uns bedacht) lieber den „Rotina“- und „Varpajais“-Gästen danken.

In den deutschen Geburtsanzeigen befinden die Dankeswörter sich entweder vor oder nach dem Inserententeil, die normalerweise räumlich von dem anderen Text getrennt worden sind und die gleiche Druckform wie die Gedichte haben. Die Dankeswörter stehen in den finnischen Geburtsanzeigen fast regelmäßig vor dem Inserententeil und sind oft räumlich von den anderen Textelementen getrennt. Es lässt sich feststellen, dass die finnischen Geburtsanzeigen dem Ausdrucksmedium von Danksagungen dienen. Weil die Dankeswörter in weit geringeren Maße vorkommen, ist das ein möglicher Beweis dafür, dass die Feste wie „Pinkelparty“¹¹ oder „Weggen wegbringen“¹² noch nicht gefeiert worden sind, die norddeutsche Bräuche sind. Oder dann will man das ursprüngliche Ziel der Geburtsanzeigen erreichen, über die Geburt mitzuteilen.

4.13 Inserententeil

Der Inserententeil ist sowohl in den deutschen als auch in den finnischen Geburtsanzeigen ein obligatorischer Teil, weil er in jeder Anzeige auftritt. In 64% der deutschen Anzeigen stehen die Eltern als Inserenten. In 25% der Anzeigen sind die Eltern mit den Geschwistern Inserenten. Üblich für die deutschen Anzeigen ist, falls es in der Ankündigung vorkommt, dass z. B. ein Kind namens X einen Bruder bekommen

¹¹ „Pinkelparty“ (auch Babypinkeln und Pullerparty genannt) findet direkt nach der Geburt des Kindes statt und wird vom Vater organisiert, wenn die Mutter mit dem Kind noch im Krankenhaus ist (Internetquelle 7). „Varpajaiset“ ist ein ähnliches Fest in Finnland, aber es ist eher eine Seltenheit.

¹² „Weggen/Kilmerstuten wegbringen“ ist eine alte Tradition im Nordwesten Deutschlands. Der lange ca. fünf bis sieben Kilos schwere Stuten wird von Freunden/Nachbarn/Kollegen zum Haus gebracht. Dieses Geschehnis findet während des ersten Lebensjahres statt. (Internetquelle 8.)

hat, werden die Geschwister nicht mehr im Inserententeil genannt. Die Großeltern werden als Inserenten entweder zusammen mit den Eltern oder mit anderen Verwandten (wie mit den Tanten und den Onkeln) sogar in 10% der deutschen Anzeigen genannt. Im Vergleich zu deutschen Anzeigen stehen am häufigsten nur die Eltern als Inserenten in den finnischen Anzeigen, dies insgesamt 87% der finnischen Anzeigen betrifft. Der zweitgrößte Teil betrifft die Eltern mit Geschwistern (11%). Von großer Seltenheit sind die Großeltern als Inserenten in den finnischen Anzeigen (2%).

Zu den Konventionen der Geburtsanzeigen gehört, dass die Inserenten mit einer positiven Bewertung dargestellt werden: Keiner der Inserenten drückt die Müdigkeit oder Depression aus, wie z. B. müde Eltern. Dies zeigt, dass das Kind ein gewolltes Kind für die Eltern ist. Die Freude der Inserenten wird meistens durch das Verb „sich freuen“ ausgedrückt, das in 39% der deutschen Geburtsanzeigen vorkommt. Daneben treten Adjektive wie „dankbar“, „glücklich“, „überglücklich“ und „stolz“ auf, durch die die Freude der Eltern beschrieben wird. In 21% der deutschen Anzeigen werden die Inserenten ohne beschreibende Adjektive genannt. Im Finnischen werden die Eltern meistens durch das Adjektiv „onnellinen“ („glücklich“) beschrieben (wie „glückliche Eltern“), was sogar 56% der finnischen Anzeigen betrifft. Andere häufig auftretenden Adjektive sind „überglücklich“ und „stolz“.

In drei der untersuchten 100 deutschsprachigen Anzeigen kommt vor, dass die Eltern über ihren akademischen Grad Dr. informieren (in den zwei Anzeigen ist die Mutter Dr.), was gar nicht in den finnischen Anzeigen vorkommt. Diese drei Anzeigen sind sowohl sprachlich als auch äußerlich ziemlich konservativ, während der anderen Anzeige eher informell sind, wenn man ihren sprachliche Stil und Struktur betrachtet. In dem untenstehenden Beispiel (Abb. 15) kann man einerseits noch das traditionelle Rollenmuster der Familien erkennen, aber andererseits verweist die zweite Anzeige auf das neue Mutterbild: eine Mutter ist nicht (nur) Hausfrau! Im Muster einer traditionellen Anzeige kann man etwas Neues entdecken, was vielleicht nicht typisch für die Mutter des kleinen Kindes ist. Obwohl die Nennung des Status auch eine Seltenheit in den deutschen Anzeigen ist, kann trotzdem ein kultureller Unterschied hervorgehoben werden: in Deutschland spielt der Titel eine viel wichtigere Rolle als in Finnland. Beleg

für diese These sind die Untersuchungen von Tiittula (1993) und Piitulainen (1992). Laut Tiittula (1993:108) ist der Dokortitel ein Teil des Namens und dadurch auch obligatorisch bei der Anrede. Dennoch hat Piitulainen (1992: 160) festgelegt, dass der Titel und Berufsbezeichnung viel häufiger in den deutschsprachigen Todesanzeigen vorkommen als in den finnischen. Allerdings kann noch hervorgehoben werden, dass der Doktorgrad im Personalausweis in Deutschland eingetragen werden kann (Gesetz über Personalausweise 2009).



(NWZ 1.11. 2014.)

Abbildung 15. Geburtsanzeigen mit Doktorgrad

Die Mitteilung des Mädchennamens der Mutter kommt stellenweise sowohl in den deutschen als auch in den finnischen Anzeigen vor. Dadurch wird informiert, was der Familienstand der Eltern ist und der Leser kann die Mutter der Familie durch ihren Mädchennamen identifizieren.

4.14 Angabe der Adresse oder des Ortes

Kennzeichnend für die deutschen Geburtsanzeigen ist, dass sogar 45% der Inserenten ihre Adresse in den Anzeigen mitteilen, was in den finnischen Anzeigen ganz fehlt. Der Platz der Adresse steht immer nach dem Inserententeil. In den meisten Fällen wird die vollständige Adresse angegeben (32%), aber es ist auch möglich, dass nur der Geburtsort genannt wird (13%). Dieses Phänomen tritt auch in den deutschsprachigen Todesanzeigen auf, in denen die Traueradresse deswegen angegeben wird, damit die Leser ihre Kondolenzschreiben an die richtige Adresse schicken können. Es ist auch möglich, dass nur der Ort des Trauerfalls in den Todesanzeigen angegeben wird, damit die Leser den Trauerfall einordnen können. (Internetquelle 9.) Im Gegensatz zu den Todesanzeigen nehme ich an, dass die Eltern ihre Adresse deshalb in den Geburtsanzeigen mitteilen, um den Lesern mitzuteilen, wohin sie ihr Gratulationen und Geschenke senden können. Wenn der Ort in der Geburtsanzeige genannt wird, hilft dies den Lesern den Geburtsort einzuordnen bzw. die Eltern des Kindes zu erkennen. Dieses verstärkt die Meinung von Frese (s. Kapitel 2.1), nach der die Geburtsanzeigen andere Funktionen haben können als (nur) die Mitteilungsfunktion. Die deutschen Anzeigen fungieren als Aufforderung, Gratulationen und Geschenke zu bekommen.

4.15 Spezifizierungsteil

In den deutschen Geburtsanzeigen können sowohl an das Kind gerichtete Wünsche als auch vereinzelte Phrasen bemerkt werden, die in den finnischen Geburtsanzeigen völlig fehlen. Die Wünsche tauchen in 7% der deutschen Anzeigen auf und die Phrasen betreffen 5%. In der untenstehenden Abbildung (16) kann so ein Wunsch gesehen werden, in der die Eltern Freude und Stolz über das neue Familienmitglied anzeigen. Die Begrüßung in diesem Beispieltext ist zwar an das Kind gerichtet, aber gleichzeitig wird impliziert, dass diese Familie jetzt eine Gesamtheit ist, nachdem das zweite Kind geboren wurde („Mit Dir sind wir eine Familie“).



(NWZ, 22.11.2014.)

Abbildung 16. An das Kind gerichtete Begrüßung

Als vereinzelte Phrase verstehe ich einen solchen Ausdruck, durch den die Eltern, das Kind selbst oder die ganze Familie über die neue veränderte Lebenssituation berichten. Wie an der untenstehenden Phrase kann bemerkt werden, dass die Eltern des Kindes keine ruhigen Nächte mehr haben („auch nachts erreichbar“), nachdem das Kind aus dem Bauch („1-Zimmer-Wohnung“) zur Welt („ins Kinderzimmer“) gekommen ist;

„Meine Eltern sind jetzt auch nachts erreichbar, ich habe meine 1-Zimmer-Wohnung gekündigt und bin ins Kinderzimmer gezogen!“ (NWZ, 4.10.2014.)

In dem nächsten Beispiel drücken die Eltern ihre Gefühle aus. Das kleine Kind ist jetzt der Mittelpunkt ihres Lebens;

„Du bist noch so klein und regierst doch schon unsere Herzen.“ (NWZ, 8.11.2014.)

Die an das Kind gerichtete Begrüßung in der Geburtsanzeige lässt überlegen, ob so eine Geburtsanzeige lieber eine Mischform aus Geburts- und Begrüßungsanzeige ist, weil unter einer Geburtsanzeige verstanden wird, dass die Eltern zwar über das Kind reden, aber in diesen Anzeigen sprechen die Eltern auch zu dem Kind.

5 Ergebnisse

Wenn man die Geburt eines Kindes durch eine Zeitung mitteilt, kann man feststellen, dass dieses Kind zum festen sozialen Netzwerk gehört. Die eine Geburtsanzeige aufgebenden Eltern haben Verwandte und Freunde um sich herum, für die sie die

Geburt ihres Kindes mitteilen können. Dieses kommt zum Beispiel in den finnischen Danksagungen vor, mit denen die Eltern den Großeltern, Freunden und Paten danken. Es gibt also mehrere Personen, denen man dankt und für die man über die Geburt informiert. Der Preis einer deutschen und finnischen Geburtsanzeige liegt fast in der gleichen Preislage und ist für eine Familie mit durchschnittlichem Verdienst möglich zu bezahlen. Aber wenn man den Preis einer Geburtsanzeige aus Sicht einer Familie betrachtet, die an relativer Armut leidet, kann es sein, dass es wegen des Preises nicht möglich ist sich eine Geburtsanzeige zu leisten. Besonders dann, wenn man kein Abokunde ist. Es ist natürlich auch möglich, dass eine Anzeige ein Geschenk sein kann. Zudem haben die Eltern Textmusterwissen davon, wie eine Geburtsanzeige gestaltet wird. Deswegen kann man zu dem Ergebnis kommen, dass die eine Geburtsanzeige aufgebenden Eltern soziales, wirtschaftliches und geistiges Kapital haben.

Durch die Geburtsanzeigen ist es möglich, den vorherrschenden Familienbegriff zu klären; charakteristisch für die deutschen und finnischen Anzeigen ist, dass als Inserenten die Eltern stehen, die in einer heterosexuellen Partnerschaft leben. In der Regel informieren nur die Kernfamilien über eine Geburt. Die Regenbogenfamilien kommen in den untersuchten Anzeigen überhaupt nicht vor, was ein Zeichen dafür ist, dass die gesellschaftliche Veränderung der Familienformen diesen Bereich noch nicht erreicht hat.

Wenn man die Gestaltung der deutschen und finnischen Geburtsanzeigen betrachtet, lassen sich zwei unterschiedliche Richtungen unterscheiden. Erstens gibt es einen knappen Informationsstil (Telegrammstil) und zweitens kann man einen vielseitigen Stil der Geburtsanzeige erkennen. Mit dem knappen Stil meine ich solche Geburtsanzeigen, in denen nur die wichtigsten Daten (Name des Kindes, das Geburtsdatum und die Inserenten) angezeigt werden. Neben diesen Daten werden in der vielseitigen Geburtsanzeige unterschiedliche Informationen z. B. über die Familie verkündet und mit Hilfe von Gedichten und Bildern die Freude der Familie mitgeteilt.

Es lässt sich feststellen, dass die deutschen Anzeigen variabler als die finnischen sind. Erstens sind sie unterschiedlich strukturiert, sie beinhalten zwar bestimmte Bauelemente, aber in unterschiedlicher Reihenfolge. Laut Linke (2009: 52) hat der Stil der deutschen Geburtsanzeigen sich eher in die lustige und fröhliche Richtung entwickelt und der förmliche ernsthafte Stil ist eher eine Seltenheit in den deutschen Anzeigen. In mehreren Anzeigen kann man die kreative Handschrift des Verfassers erkennen. Auch die Sprache der deutschen Anzeigen ist unförmlicher. Obwohl es gleiche Sprüche und Bilder in den Anzeigen gibt, sind sie jeweils unterschiedlich gestaltet. Im Gegensatz zu den deutschen sind die finnischen Anzeigen eher traditioneller. Die meisten finnischen Anzeigen folgen tendenziell dem gleichen konventionalisierten Muster: erstens die Mitteilung und das Geburtsdatum, zweitens der Name des Kindes und drittens der Inserententeil. Zwischen diesen Teilen befinden sich nichtnormative Elemente, die individuell zu füllen sind.

Alles in Allem schaffen die Geburtsanzeigen ein Bild von einer sicheren Familie. Die Kinder in den beidsprachigen Geburtsanzeigen sind alle gewünscht und gewollt, was u. a. in der Wortwahl (unser liebe/-er), auf den Bildern und in den Gedichten auftaucht. Die obligatorischen Makrostrukturen der deutschen und finnischen Geburtsanzeigen sind: der Mitteilungsteil, die Mitteilung des Geburtsdatums und der Inserententeil. Nachfolgend werden die zentralen Ergebnisse aufgelistet:

- a. Der Begriff „Geburtsanzeige“ sollte breiter definiert werden, da nicht allein die Eltern über die Geburt informieren, sondern auch die restliche Verwandtschaft als Inserenten fungieren können. Deswegen definiere ich die Geburtsanzeige lieber wie folgt: die Geburtsanzeige ist eine von den Eltern oder von Verwandten aufgegebene Anzeige, durch die die Geburt eines Kindes öffentlich angezeigt wird. Der größte Teil der analysierten Anzeigen sind Geburtsanzeigen, in denen beiden Eltern (Mutter und Vater) über die Geburt ihres Kindes informieren. D. h., dass nur die Kernfamilien durch die Zeitung die Geburt anzeigen.
- b. Die deutschen Anzeigen sind persönlicher und individualistischer als die finnischen. Das Kind wird mit Hilfe seines Eigennamens präsentiert und

dadurch in den meisten deutschen Anzeigen als Individuum behandelt. Die finnischen Anzeigen sind dagegen traditioneller, in denen ziemlich häufig ein konventionalisierter und standardisierter Ausdruck „meidän rakas poikamme/tyttäremme syntyi“ (unser lieber Sohn/liebe Tochter wurde geboren) vorkommt und die Verwandtschaftsbezeichnungen genannt werden. In den deutschen Anzeigen wird oft nur der Rufname des Kindes genannt, aber in allen finnischen Anzeigen wird der vollständige Name des Kindes genannt. Demnach treten die Attribute in den finnischen Anzeigen sehr oft auf (meistens die Adjektiv „rakas“ lieb), aber sie tauchen fast gar nicht in den deutschen anzeigen auf. Charakteristisch für die Anzeigen in beiden Sprachen ist, dass der Name des Kindes räumlich von den anderen Textelementen abgetrennt ist und dass er größer und in anderer Form geschrieben worden ist.

- c. Worüber man in einer Geburtsanzeige informiert, unterscheidet sich stark. Die deutschen Anzeigen gehören zur reinen Textsortengruppe, weil sie nur über die Geburt informieren. Aber die finnischen Anzeigen beinhalten häufig drei Funktionen: erstens informieren sie über die Geburt und zweitens über das Tauffest oder das Fest der Namensgebung und drittens ist die Anzeige ein Ausdrucksmedium für Danksagungen, weshalb sie als Textsortenmischung verstanden werden sollten. Der Grund für die Mitteilung des Festes liegt darin, dass die Eltern den Namen des Kindes bis zum Fest verheimlichen. Deswegen tauchen die Kosenamen häufiger in den finnischen Anzeigen auf, weil man bis zum Fest mit „vauva“ (Baby) oder mit dem Kosename anredet.

In den Korpora kamen auch solche finnische Geburtsanzeigen vor, in denen alle Kusinen oder alle Enkelkinder vorgestellt werden. Solche Anzeigen tauchen in den analysierten deutschen Anzeigen überhaupt nicht auf.

- d. Kennzeichnend für die finnischen Geburtsanzeigen sind die Dankeswörter, die sogar in 49% Prozent aller Anzeigen unterschiedlich formuliert sind, was nur auf 11% der Fälle der deutschen Anzeigen zutrifft. Der größte Anteil der Danksagungen in den Geburtsanzeigen beschreibt die finnische Babykultur, worauf die folgenden drei Phänomene wirken können: die alte „Rotina“-Tradition, der spätere Zeitpunkt der Veröffentlichung der Geburtsanzeige und die Mitteilung des Tauffest oder des Festes der Namensgebung. In 49% der

- finnischen Anzeigen sind die Kinder zwei bis drei Monate alt, während die Kinder in den meisten deutschen Anzeigen erst zwei bis vier Wochen alt sind (50%), weshalb die finnische Familie vermutlich schon mehr Geschenke und Glückwünsche in dieser Zeit bekommen hat als die deutsche Familie.
- e. In den deutschen Anzeigen tauchen Wünsche auf, die an das Kind selbst gerichtet sind. Demnach treten auch vereinzelt solche Phrasen auf, die die neue veränderte Situation beschreiben. Diese Wünsche und Phrasen fehlen in den finnischen Anzeigen völlig.
 - f. Im Inserententeil können folgende Informationen sowohl in einer deutschen als auch in einer finnischen Anzeige angezeigt werden, wie die Erwähnung naher Verwandter des Kindes, der Familienstand der Eltern und der Mädchenname der Mutter. Der Mädchenname der Mutter hilft dem Leser die Familie einzuordnen. In drei deutschen Anzeigen kam der Doktorgrad vor, was in den finnischen völlig fehlt. Demnach gehört zu den Konventionen der deutschen und finnischen Geburtsanzeigen, dass die Inserenten mit einer positiven Bewertung dargestellt werden: Keiner der Inserenten drückt die Müdigkeit oder Depression aus, wie z. B. müde Eltern. Dies zeigt, dass das Kind für die Eltern ein gewolltes Kind ist. Die Freude der Inserenten wird meistens durch das Verb „sich freuen“ in den deutschen Anzeigen ausgedrückt, während das Attribut „onnelliset vanhemmat“ (glückliche Eltern) in den finnischen Anzeigen vorkommt.
 - g. In den deutschen Anzeigen taucht regelmäßig die Angabe der Adresse oder des Ortes auf. Dies kommt in den finnischen Anzeigen überhaupt nicht vor. Die deutschen Anzeigen fungieren als Aufforderung, um Gratulationen und Geschenke zu bekommen. Die finnischen Anzeigen fungieren eher als Ausdrucksmedium für die Danksagung der Glückwünsche und der Geschenke.
 - h. Bei Betrachtung der Fotos der Geburtsanzeigen kann man den Trend bemerken, dass die Kinder als Statussymbol fungieren: „Man zeigt, was man sich leisten kann.“ Die Familie zeigt ihre „bessere“ Seite des Lebens: Die Kinder lächeln, sehen zufrieden und gesund aus und sind gut gekleidet. Die in finnischen Anzeigen vorkommenden im Studio fotografierten Kinder sind auch ein Zeichen dafür. Man investiert viel Geld in das Kind, was durch die Fotografie und die Größe der Anzeige ersichtlich wird. Je größer die Anzeige ist, desto teurer ist sie

Ergebnisse

auch gewesen. Solche größeren Anzeigen kommen nur in den deutschen Anzeigen vor.

Das untenstehende Diagramm (Abb. 17) veranschaulicht ganz konkret die Verhältnisse der verschiedenen Bestandteile in den deutschen und finnischen Geburtsanzeigen:

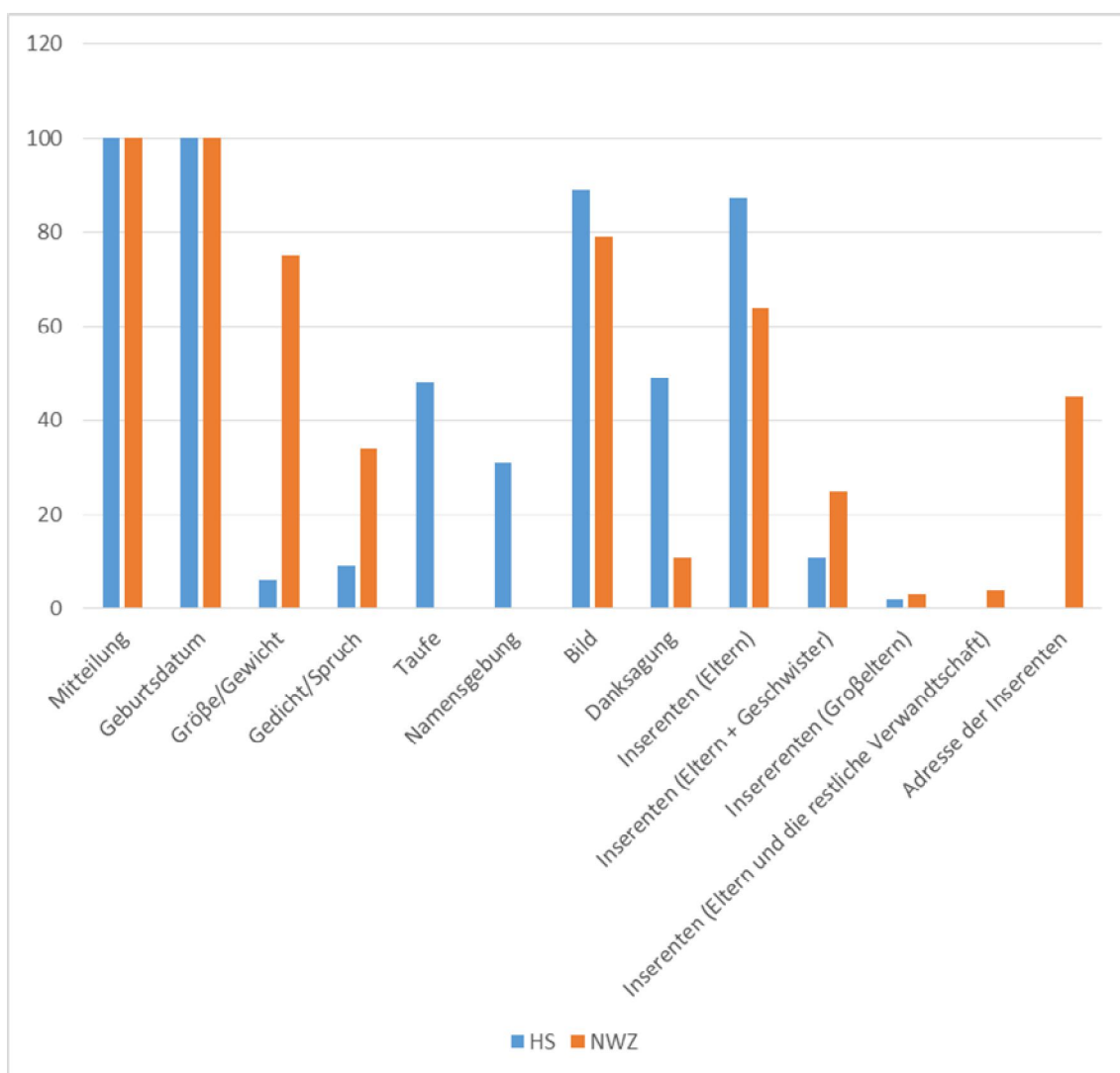


Abbildung 17. Die Verteilung der unterschiedlichen Bestandteile der deutschen und finnischen Geburtsanzeigen

Der Inserententeil kommt in allen Geburtsanzeigen vor, aber hier werden die Inserenten danach gegliedert, in welcher Kombination sie in den Anzeigen auftreten.

6 Zum Schluss

In der vorliegenden Arbeit wurden die Textmuster, die makrostrukturelle Elemente der deutschen und finnischen Geburtsanzeigen und ihre kulturellen Gemeinsamkeiten und Unterschiede untersucht. Das Korpus besteht aus 200 Geburtsanzeigen, von denen die eine Hälfte deutsche Anzeigen sind und die andere finnische Anzeigen. Alle Geburtsanzeigen sind im Herbst 2014 publiziert worden sind. Zuerst habe ich die textlinguistischen Begriffe (Text, Textsorte, Textmuster, Textsortenkonventionen) und die Ausgangspunkte der kontrastiven Analyse (uni- und bilaterale Verfahrensweisen, Tertium comparationis, Äquivalenz) erläutert. Die vorliegende kontrastive Untersuchung basiert auf der deduktiven Analyse, weil die existierenden Textsorten in einer partiellen Äquivalenzbeziehung stehen. Die Untersuchung konzentriert sich auf die Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen deutschen und finnischen Geburtsanzeigen.

Zentraler Unterschied zwischen deutschen und finnischen Geburtsanzeigen ist, dass die deutschen Anzeigen zur reinen Textsortengruppe gehören, ihre Funktion ist, über die Geburt eines Kindes zu informieren. Die finnischen Geburtsanzeigen haben dagegen mehrere Ziele, als eine reine Textsorte voraussetzt, und deshalb werden sie als gemischte Textsorte angesehen. Die Aufgaben einer finnischen Anzeige können die folgenden sein: Mitteilung der Geburt und des Namens eines Kindes und Ausdruck von Dank. Der größte kulturbezogene Unterschied kommt als Mitteilung der Taufe oder des Festes der Namensgebung vor, was eine zentrale Rolle in den finnischen Anzeigen spielt, da die Eltern den Namen des Kindes nach diesem Fest öffentlich nennen. Die deutschen Anzeigen sind persönlicher als die finnischen und das Kind wird mit Hilfe seines Eigennamens präsentiert und dadurch als Individuum behandelt. Die Sprache der deutschen Anzeigen ist auch unförmlicher. Im Gegensatz zu den deutschen sind die finnischen eher traditioneller.

Anhand der Ergebnisse ergeben sich folgende weiterführende Fragen, z. B: Informiert man in einigen Jahren immer noch die Taufe? Welche Unterschiede gibt es in den

Zum Schluss

Geburtsanzeigen der anderen Zeitungen? Warum wollen die Eltern die Geburt durch die Zeitung mitteilen, wenn es auch andere Medien gibt, wie u. a. Facebook und Instagram. Demnach wäre es künftig auch interessant zu untersuchen, ob die Regenbogenfamilien die Geburt ihres Kindes anzeigen. Was sich wesentlich von den finnischen Zeitungen unterscheidet, ist die Veröffentlichung der deutschen Geburts- und Todesanzeigen im Internet. Wann werden die finnischen Geburts- und Todesanzeigen im Internet veröffentlicht?

Zum Schluss noch eine Geburtsanzeige aus der *Deister- und Weserzeitung* (veröffentlicht am 13.9.2014) und eine am 22.3.2015 veröffentlichte Geburtsanzeige aus HS als Beispiel dafür, dass eine größere Untersuchung neuere Perspektiven geben und auch andere Ergebnissen erbringen könnte. Zum Beispiel die deutsche Anzeige hebt einen interessanten Blickwinkel, die Hausgeburt¹³, hervor, die eine Seltenheit in Finnland ist. Und in den analysierten finnischen Anzeigen kam keine Selbstanzeige vor.



Abbildung 18. Weitere Perspektive¹⁴

¹³ Die Zahl der Hausgeburten in Deutschland liegt bei 1,5% und in Finnland 0,02% (Internetquelle 10; Internetquelle 11.)

¹⁴ Foto: Laura Schneider. Morgen! Ich bin Ursula Lily Kanerva Nyman. Ich habe Freude in NKL am 5.1.2015 gebracht und habe meinen Namen gestern am 21.3.2015 bekommen. Ich habe schon meine Eltern Kristiina Kanerva und Kristofer Nyman entzückt und meine Großeltern um ihren Finger gewickelt ... Jetzt sind die Paten unter der Arbeit. Nächstens kannst du dran sein – Pass auf!

7 Literaturverzeichnis

Adamzik, Kirsten (2004): *Textlinguistik. Eine einführende Darstellung*. Germanistische Arbeitshefte 40. Tübingen.

Brinker, Klaus (1997): *Linguistische Textanalyse: eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*. Berlin: Schmidt.

Duden 2013, s. v. Anzeige

<<http://www.duden.de/rechtschreibung/Anzeige#Bedeutung2b>>. Gelesen am 12.11.2014.

Duden 2013, s. v. Aphorismus <<http://www.duden.de/rechtschreibung/Aphorismus>>. Gelesen am 3.5.2015.

Duden 2013, s. v. Diachronie <<http://www.duden.de/rechtschreibung/Diachronie>>. Gelesen am 12.11.2014.

Duden 2013, s. v. Geburtsanzeige

<<http://www.duden.de/rechtschreibung/Geburtsanzeige>>. Gelesen am 15.1.2015.

Duden 2013, s. v. Intertextualität

<<http://www.duden.de/rechtschreibung/Intertextualitaet>>. Gelesen am 19.1.2015

Duden 2013, s. v. Synchronie <<http://www.duden.de/rechtschreibung/Synchronie>>. Gelesen am 12.11.2014.

Döhn, Lothar und Klöckner, K. (1979): *Medienlexikon*. Baden-Baden. (Zitiert nach Piitulainen, Marja-Leena (1993): S. 143).

Dückers, Tanja (2011). "Luxusgut Kind". *Zeit*, 14.11.2011.

<<http://www.zeit.de/gesellschaft/generationen/2009-12/luxusgut-kind>>. Gelesen am 3.5.2015.

Engberg, Jan (1997): Konventionen von Fachtextsorten. Kontrastive Analysen zu deutschen und dänischen Gerichtsurteilen. Tübingen: Gunter Narr Verlag. <http://books.google.fi/books/about/Konventionen_von_Fachtextsorten.html?id=cVAYAPp-ai0C>. Gelesen am 23.09.2014.

Euler (2014): „Nestbau“ bei Schwangeren. <<http://www.prof-harald-euler.de/nestbau-bei-schwangeren/>>. Gelesen am 3.5.2015.

Fix, Ulla (2011): *Texte und Textsorten – sprachliche, kommunikative und kulturelle Phänomene*. Berlin: Frank & Timme.

Fix, Ulla (o. J.): *Was ist kulturspezifisch an Texten? Argumente für eine kulturwissenschaftlich orientierte Textsortenforschung*. <<https://www.uni-leipzig.de/~fix/Was%20ist%20kulturspezifisch%20an%20Texten.pdf>>. Gelesen am 23.09.2014.

Frese, Karin (1987): *Wie Eltern von sich Rede machen. Sprachliche Analyse von Geburtanzeigen in Tageszeitungen zwischen 1790 und 1985*. Reihe Siegen 76. Heidelberg. (Zitiert nach Piitulainen, Marja-Leena (1993): S. 143).

Gesetz über Personalausweise (2009): *Gesetz über Personalausweise und den elektronischen Identitätsnachweis*. <<http://www.gesetze-im-internet.de/pauswg/BJNR134610009.html>>. Gelesen am 3.5.2015.

Gläser, Rosemarie (1990): *Fachtextsorten im Englischen*. Forum Für Fachsprachenforschung Tübingen: Gunter Narr Verlag.
<http://books.google.fi/books?id=7jneNOz9zxcC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Gelesen am 7. 11.2014.

Grieger (2013): *Kosenamen 2013. Eine repräsentative Umfrage unter 5000 Deutschen*. Hamburg. <<http://www.befragmich.de/studien/Kosenamen%202013.pdf>>. Gelesen am 29.4.2014.

Hall, Christopher (2005): Die deutsche und finnische Anrede im interkulturellen Vergleich. In: Reuter, Ewald & Sorvali Tiina (Hg.): *Satz – Text – Kulturkontrast. Festschrift für Marja-Leena Piitulainen zum 60. Geburtstag*. Frankfurt am Main: Peter Lang GmBh. S. 63–89.

Hofmann, Jürgen (2008): *Sport und Gewalt: eine multidimensionale Annäherung im interkulturellen Kontext*. Aachen: Meyer & Meyer Verlag.
<https://books.google.fi/books?id=dulChzpKBs8C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Gelesen am 29.4.2015.

Janich, Nina (1999): *Werbesprache. Ein Arbeitsbuch*. Tübingen: Gunter Narr Verlag.

Järventausta, Marja (2013): Kontrastiivinen tutkimus vertailevan kielentutkimuksen kentässä. In: Kolehmainen, Leena, Miestamo Matti & Nordlund, Taru (toim.) (2013): *Kielten vertailun metodiikka*. Suomalaisen kirjallisuuden seuran toimituksia 1387. Vantaa: Hansaprint Oy, S. 96–129.

Kolehmainen, Taru (2012): *Tiedotuksia elämäнкаarealta*. Kielikello 1/2012.
<<http://www.kielikello.fi/index.php?mid=2&pid=11&aid=2466>>. Gelesen am 16.9.2014.

Krause, Wolf-Dieter (2000a): Text, Textsorte, Textvergleich. In: Adamzik, Kirsten (2000): *Textsorten. Reflexionen und Analysen*. Tübingen: Stauffenburg Verlag. S. 45–76.

Krause, Wolf-Dieter (Hrsg.) (2000b): *Textsorten. Kommunikationslinguistische und konfrontative Aspekte*. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH.

Linke, Angelika (2009): *Stilwandel als Indikator und Katalysator kulturellen Wandels. Zum Musterwandel in Geburtsanzeigen der letzten 200 Jahre*. <<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:382221/FULLTEXT01.pdf>>. Gelesen am 16.9.2014.

Linke, Angelika & Nussbaumer, Markus & Portmann, Paul. R. (1996): Textlinguistik. In: *Studienbuch Linguistik, ergänzt um ein Kapitel 'Phonetik und Phonologie'* von Urs Willi. 3., unveränderte Auflage: Tübingen: Niemeyer. S. 211–265.

Länsimäki, Maija (1996): „Tervetuloa varpajaisiin.” HS, 24.9.1996.
<http://www.kotus.fi/nyt/kotuksen_kolumnit/kielikuna_%281996_2009%29/tervetuloa_varpajaisiin>. Gelesen am 3.5.2015.

Mauranen, Anna & Piitulainen, Marja-Leena (2012): Kontrastiivinen tekstilajitutkimus. In: Heikkinen, Vesa, Voutilainen, Eero, Lauerma, Petri, Tiililä, Ulla & Lounela, Mikko. (eds). *Genreanalyysi: Tekstilajitutkimuksen käsikirja*. Helsinki: Gaudeamus. S. 271–283.

Mäntynen, Anne (2006): Näkökulmia tekstin ja tekstilajien rakenteeseen. In: Mäntynen, Anne & Shore, Susanna & Solin, Anna (2006): *Genre – tekstilaji*. Helsinki: Hakapaino Oy. S. 42–71.

Möhring, Maren (2015): "Nacktheit ist heute selbstverständlich." Körper und Kultur. Goethe Institut. e. V. <<https://www.goethe.de/de/kul/ges/20480260.html>>. Gelesen am 3.5.2015.

Pajari, Katriina (2014): „Näin stailataan alle kaksiviikkoinen – vauvakuvaajalla riittää töitä”. HS, 19.10.2014. <<http://www.hs.fi/sunnuntai/a1413603909703>>. Gelesen am 20.10.2014.

Pietikäinen, Sari & Mäntynen, Anne (2009): *Kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.

Piitulainen, Marja-Leena (2011): Von Grammatik und Wortschatz bis zur Textsorten und Kulturunterschieden. Eine Übersicht über den Sprach- und Kommunikationsvergleich Finnisch-Deutsch. In: Hartmut E. H. Lenk (Hg.) *Finnland. Geschichte, Kultur und Gesellschaft*. Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung. Landau: Verlag Empirische Pädagogik, S. 367–394.

Piitulainen, Marja-Leena (2001): Zur Selbstbezeichnung in deutschen und finnischen Textsorten. In: Fix, Ulla & Stephan Habscheid & Josef Klein (Hg.) (2001): *Zur Kulturspezifität von Textsorten*. Tübingen: Stauffenburg. S. 159–173.

Piitulainen, Marja-Leena (1993): Die Textstruktur der finnischen und deutschsprachigen Todesanzeigen. In: Schröder, Hartmut (Hrsg.) (1993): *Fachtextpragmatik*. Tübingen: Gunter Narr Verlag. S. 141–186.

Reiss, Kahtarina & Vermeer, Hans J. (1984): *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*. Linguistische Arbeiten. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.

Reuter, Ewald (2007): Kulturen in der internationalen Wirtschaftskommunikation. Metatheoretische Überlegungen zum wissenschaftlichen Stellenwert unterschiedlicher Kulturbegriffe. In: Niemelä, Nina & Lehtinen, Esa (2007): *Alter und Sprache: VAKKI-Symposium XXVII*. Vaasa 9–10.2007. Universität Vaasa. (Publikationen der Studiengruppe für Übersetzungstheorie, Fachsprachenforschung und Mehrsprachigkeit an der Universität Vaasa (VAKKI) Nr. 34). S. 293–304. <http://www.vakki.net/publications/2007/VAKKI2007_Reuter.pdf>. Gelesen am 11.11.2014.

Sandig (1978): *Stilistik. Sprachpragmatische Grundlegung der Stilbeschreibung*. Berlin New York. (Zitiert nach Fix, Ulla (2011): S. 69).

Sandig, Barbara (o. J.): *Formulieren und Textmuster am Beispiel von Wissenschaftstexten*. <https://hci.rwth-aachen.de/tiki-download_wiki_attachment.php?attId=316>. Gelesen am 16.11.2014.

Selle, Gert (2007): *Design im Alltag: Vom Thonetstuhl zum Mikrochip*. <http://books.google.fi/books/about/Design_im_Alltag.html?id=v8ddNforPUQC&redir_esc=y>. Gelesen am 20.4. 2015.

Silbermann, Alphons (1982): *Handwörterbuch der Massenkommunikation und Medienforschung*. 2 Bände: Berlin. (Zitiert nach Piitulainen, Marja-Leena (1993): S. 143).

Sorvali, Tiina (2004): *Makrostruktur und sprachliche Bildlichkeit in deutschen und finnischen Sportberichten*. Tampere: Tampere University Press. Online: <<http://urn.fi/urn:isbn:951-44-6003-0>>.

Spillner, Bernd (2002): Monikielisyys, kontrastiivinen kielitiede, kulttuurienvälinen erikoiskielisten tekstien vertailu, in: Anita Nuopponen/Terttu Harakka/Rolf Tatje (edd.): *Vaasa: Vaasan Yliopiston Julkaisuja*. S. 31–40. <<http://lipas.uwasa.fi/comm/publications/interkult/extdoc/5spillner1.pdf>>. Gelesen am 11.11.2014.

Sternemann, Reinhard (1990): „Zu einigen aktuellen Fragestellungen in der konfrontativen Linguistik. In: *Neuphilologische Mitteilungen*. 3 XCI 1990. Helsinki. S. 333-355. (Zitiert nach Sorvali, Tiina (2004): S. 17).

Sternemann, Reinhard (1983): *Einführung in die konfrontative Linguistik*. Leipzig: VEB Verlag Enzyklopädie.

Stutzer, Evelin (2007): *Die private Geburtsanzeige in der Deutschschweiz. Eine diachrone Textsortenanalyse*. Lizentiatsarbeit Universität. Zürich.

Teich, Elke (2002): *System-oriented and text-oriented comparative linguistic research. Cross-linguistic variation in translation*. – *Languages in Contrast* 2:2. S. 187-210. (Zitiert nach Järventausta, Marja (2013): S. 97-98).

Tiittula, Liisa (1993): *Kulttuurit kohtaavat. Suomalais-saksalaiset kulttuurierot talouselämän näkökulmasta*. Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisu D-190. Helsinki: Helsingin kauppakorkeakoulun kuvalaitos.

Ylönen, Sabine (2001): *Entwicklung von Textsortenkonventionen*. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH. <<http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-201303101316>>. Gelesen am 10. 10. 2014.

Zeit (2008): „Mythos Ei“. Die Zeit, Nr. 27/2008. <<http://www.zeit.de/2008/27/DOS-Mythoskasten>>. Gelesen am 3.5.2015.

Zielke, Achim (1991): *Beispiellos ist beispielhaft oder: Überlegungen zur Analyse und zur Kreation des kommunikativen Codes von Werbebotschaften in Zeitungs- und Zeitschriftenanzeigen*. Pfaffenweiler Centaurus. S. 81-84. (Zitiert nach Janich, Nina (1999): S. 58-59).

Internetquellen:

Internetquelle 1: <www.ivw.eu/file/4921/download?token=eohneQRa>. Gelesen am 18.5.2015.

Internetquelle 2: <http://www.die-zeitungen.de/fileadmin/files/documents/Tarife_PDF_2014/Nordwest-Zeitung_2014.pdf>. Gelesen am 18.5.2015.

Internetquelle 3: <<http://www.nwzonline.de/intern/unternehmensgruppe>>. Gelesen am 18.5.2015.

Internetquelle 4: <<http://baby.nwzonline.de/Anzeigen/Preise>>. Gelesen am 28.4.2015.

Internetquelle 5: <<https://sanoma.com/fi/tama-sanoma/organisaatio/news/sanomalehdet>>. Gelesen am 3.5.2015.

Internetquelle 6: <<https://asiakaspalvelu.hs.fi/ilmoitus/perheilmoitukset/syntynyt/>>. Gelesen am 26.4.2015.

Internetquelle 7: <<http://www.kribbelbunt.de/artikel/gut-zu-wissen/braeuche-zur-geburt/>>. Gelesen am 3.5.2015.

Internetquelle 8: <<http://www.babybytes.de/InfoForum/T/Traditionen-nach-der-Geburt/Weggen-wegbringen>>. Gelesen am 3.5.2015.

Internetquelle 9: <<http://www.bestattungs-und-trauerkultur.de/todesanzeigen.htm>>. Gelesen am 11.11.2014.

Internetquelle 10: <<http://www.quag.de/quag/geburtenzahlen.htm>>. Gelesen am 19.5.2015.

Internetquelle 11:

<[https://blogi.thl.fi/blogi?p_p_id=33&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-](https://blogi.thl.fi/blogi?p_p_id=33&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=1&p_r_p_564233524_tag=synnytyssairaalat)

[1&p_p_col_count=1&p_r_p_564233524_tag=synnytyssairaalat](https://blogi.thl.fi/blogi?p_p_id=33&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=1&p_r_p_564233524_tag=synnytyssairaalat)>. Gelesen am 19.5.2015.